

C-3

1966 CENSUS OF CANADA RECENSEMENT DU CANADA 1966

Retail Trade

INTRODUCTION AND GENERAL REVIEW

Commerce de détail

INTRODUCTION ET REVUE GÉNÉRALE



Published by authority of the Minister of Trade and Commerce

DOMINION BUREAU OF STATISTICS

The contents of this document may be used freely but DBS should be credited when republishing all or any part of it.

Publication autorisée par le ministre du Commerce

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

Le présent document peut être reproduit en toute liberté pourvu qu'on indique qu'il émane du B.F.S.

INTRODUCTION

This is the fifth comprehensive Census of Merchandising and Service Businesses taken in Canada and the first on a quinquennial basis. All known businesses within the scope of the census were surveyed although less detail was requested than for the 1961 Census.

The census covers all retail, wholesale and service businesses, with the following general exceptions: retail trade excludes non-store trade such as direct selling by mail (but not catalogue sales of department stores) and door-to-door, as well as retailing carried on as a minor activity by other businesses such as manufacturing, contractors, service establishments, etc.; services exclude those relating to education, health and welfare, most professions, finance, transportation, government, and trade and labour organizations. The census is conducted as a mail survey and is based on the list of all businesses prepared in June 1966 by census enumerators; this is augmented by a list of new business registrants for unemployment insurance in the last half of the year and by checking trade association publications and various other lists.

Classification changes

New kinds of business introduced for the first time in the 1966 Census are "Home and auto supply stores" and "Grocery, confectionery and sundries stores". The introduction of home and auto supply stores recognizes the diversification by many retailers previously classed as accessories, tires and battery stores into additional commodity lines not normally associated with the automotive trade. To isolate small neighbourhood stores whose grocery content has been largely diluted by a variety of unrelated merchandise, and in order to improve and purify statistics of the grocery store trade, a new classification "Grocery, confectionery and sundries" has been added to the census. Many of these stores were formerly classified as "Confectionery stores".

Another significant change has been made in the "Department store" classification. Catalogue sales data, formerly included with department store sales data, have been allocated to the "General merchandise store" classification. This serves to purify the department store sales statistics and at the same time keeps the catalogue sales data of department store chains confidential. A new department store definition also resulted in the reclassification of certain locations (see "Definitions" below) operated by department store firms to the kinds of business best suited to their commodity structure.

In addition to the introduction of new kind-of-business classifications, there have been other changes. This results from the fact that the 1966 questionnaire was designed to provide the respondent with the opportunity to classify his own business. Because of the improved coding which was thus made possible, shifts have occurred in certain trades, for example, between "Garages" and "Paint and body shops". Many of the specialty paint and body shops, formerly described as auto repair, now have been allocated to their proper classification.

Definitions

Statistics on merchandising and service businesses are presented under two concepts "Location" and "Establishment". Location statistics show every separate place of business in its own classification while establishment

Nous avons réuni dans le présent volume les résultats du cinquième recensement complet des entreprises qui s'occupent de commerce et de services, recensement qui est en même temps le premier recensement quinquennal de cette nature effectué au Canada. Toutes les entreprises connues qui entraient dans le champ du recensement ont été recensées, bien qu'on ait demandé moins de détails que pour le recensement de 1961.

Le recensement embrasse tous les établissements de vente au détail, de vente en gros et de service, à certaines exceptions près: la vente au détail ne comprend pas le commerce qui se fait hors du magasin comme la vente directe par la poste (mais bien les ventes par catalogue des grands magasins) et le porte à porte, non plus que la vente au détail effectuée à titre d'activité secondaire par les industries manufacturières, les entrepreneurs de construction, les établissements de service, etc.; les services ne comprennent pas l'enseignement, les services de la santé ni les services sociaux, ni la plupart des professions libérales, les finances, le transport, l'administration publique, ni les organismes syndicaux ou ouvriers. Le recensement se fait par la poste et utilise la liste des entreprises commerciales dressée en juin 1966 par les agents recenseurs; on ajoute à cette liste les nouvelles entreprises enregistrées par les Bureaux d'assurance-chômage dans la seconde moitié de l'année. On puise également dans les listes publiées par les associations de commerçants et par d'autres organismes.

Modifications apportées au classement

De nouvelles catégories apparaissent pour la première fois dans le recensement de 1966, soit "Fournitures de maison et d'automobile" et "Épicerie, confiseries et magasins d'articles divers". En créant la catégorie des magasins d'appareils ménagers et d'accessoires d'automobile, nous tenons compte du fait que beaucoup de détaillants, autrefois classés comme vendeurs d'accessoires, de pneus et de batteries, vendent en outre des appareils qui n'ont pas de rapport avec l'automobile. D'autre part, afin de faire la distinction entre les petits magasins de quartier où l'on vend, en plus des produits alimentaires, une foule d'autres articles, et d'améliorer la qualité et d'épurer les statistiques du commerce des épicerie, on a ajouté une catégorie aux catégories existantes du recensement: celle des "Épicerie, confiseries et magasins d'articles divers". Beaucoup de ces magasins étaient auparavant classés comme "Confiseries".

On a apporté une autre modification importante au classement des "Grands magasins". Les données sur les ventes par catalogue, incluses autrefois aux données relatives aux ventes des grands magasins, sont maintenant comprises dans la catégorie des "Marchandises diverses", qui a permis d'épurer les statistiques de vente des grands magasins et de préserver le caractère confidentiel des données sur la vente par catalogue des grands magasins à succursales. Une nouvelle définition du grand magasin a en outre donné lieu au reclassement de certains locaux d'affaires (voir "Définitions" ci-après) exploités par les grands magasins dans la catégorie convenant mieux à la gamme des marchandises vendues.

En plus de la création de nouvelles catégories il y a eu d'autres changements attribuables à la possibilité qui était offerte au répondant de classer lui-même son commerce dans le questionnaire de 1966 spécialement conçu à cette fin. Grâce à l'amélioration du codage qui en résultait, les statistiques de certains métiers accusent des variations en sens inverse comme, par exemple, les "Garages" et les "Ateliers de peinture et de réparation de carrosseries". Beaucoup d'ateliers spécialisés en peinture et en réparation de carrosseries, autrefois désignés sous le nom d'ateliers de réparation d'automobiles, sont maintenant classés dans leur propre groupe.

Définitions

La statistique des établissements de commerce et de service est présentée sous un double point de vue: celui du "Local d'affaires" et celui de l'"Établissement". La statistique des locaux d'affaires situe chaque maison de commerce dans sa

(Concluded on inside back cover)

(Fin à l'intérieur de la couverture arrière)

BMS 5
6 764281
42

TABLE OF CONTENTS

Section	Page
1. Scope and coverage, methods and procedures	3
2. Kind-of-business descriptions	11
3. Copy of basic reporting form	29
4. Summary tabular data	34

Retail Trade

Location Statistics

Catalogue

97-602	Provinces and cities by kind of business
97-603	Counties or census divisions, cities and towns
97-604	Metropolitan areas by census tracts
97-605	Size of business
97-606	Miscellaneous data
97-607	General statistics
97-608	Analysis of sales by commodity

TABLE DES MATIÈRES

Section	Page
1. Champ d'enquête, couverture, méthodes et procédés	3
2. Description du genre d'activité	11
3. Spécimen du questionnaire de base	29
4. Tableaux récapitulatifs	34

Commerce de détail

Statistique des locaux d'affaires

Catalogue

97-602	Provinces et cités, par genre de commerce
97-603	Comtés ou divisions de recensement, cités et villes
97-604	Zones métropolitaines par secteur de recensement
97-605	Taille du commerce
97-606	Données diverses
97-607	Statistique générale
97-608	Analyse des ventes par produit

SECTION 1

SCOPE AND COVERAGE, METHODS AND PROCEDURES

Planning the Census

The final decision and approval to conduct a quinquennial census of merchandising and service establishments was made at a relatively late date for purposes of planning and testing. The need for a census benchmark at more frequent intervals than once in ten years had been apparent for many years and the request for a census in 1966 outlined a streamlined census—full coverage of all businesses but minimum data to be solicited; this suggested outline was carried out. No new source of lists of business was available so that plans were made once again to use census enumerators to list all retail, wholesale and service businesses. The enumerator did not collect the required data for several reasons. (1) The information to be compiled was to cover the census year and since the business year was not yet closed when the enumerator called, he could not possibly collect it. (2) The information is considered most confidential by the business man who would generally not give it to an enumerator, a local person. (3) The operator could not readily get all of the information; his books are handled by a private accountant, they were not yet closed, etc. The list of business firms provided by the enumerator formed the basis for a mail survey begun in 1967 to cover the business year 1966.

A form for enumerator listing was designed to show name and address of the business, the head office or other mailing address if required, a check-off as to wholesale, retail or service, a brief description of the business, a check question as to whether English or French forms would be required, the number of locations under the same ownership and the number of full time and part time persons who were required to operate the business.

Although the questions to be asked for this 1966 census were to be kept to a minimum it was decided to ask for some limited information from larger retail firms on lines of goods sold. For this reason it was planned to use a short retail form for all businesses requiring one person only and a longer form including 29 questions on merchandise lines for the remainder. The long retail form also included a question on "class of customer", considered necessary for classification

SECTION 1

CHAMP D'ENQUÊTE, COUVERTURE, MÉTHODES ET PROCÉDÉS

Planification du recensement

Au point de vue de la planification et des essais, la décision de procéder à un recensement quinquennal des établissements de commerce et de service a été prise et approuvée assez tardivement. Le besoin de données de base obtenues au moyen de recensements espacés de moins de dix ans s'était fait sentir depuis quelques années, et la demande d'autorisation de procéder à un recensement en 1966 proposait un recensement simplifié—comportant la couverture de toutes les entreprises, mais ne demandant qu'un minimum de renseignements; c'est cette proposition qui fut adoptée. Comme on ne disposait d'aucune nouvelle source permettant de dresser la liste des établissements en cause, on eut, une fois encore, recours à des agents recenseurs pour dénombrer tous les établissements du commerce de gros, du commerce de détail et des services. Plusieurs raisons empêchent l'enquêteur de collecter lui-même les renseignements nécessaires. 1) Étant donné que les renseignements doivent porter sur l'année du recensement, et que l'exercice comptable n'est pas encore clos au moment où l'agent recenseur prend contact avec les entreprises, il ne peut pas en assurer la collecte. 2) Les sociétés considèrent que ce genre de renseignements est de nature extrêmement confidentielle, et elles sont rarement disposées à les révéler à un agent recenseur habitant la région. 3) L'exploitant peut ne pas avoir à sa disposition tous les renseignements, soit parce que sa comptabilité est confiée à un comptable indépendant, ou que ses livres ne sont pas encore clos, etc. Ce sont donc les listes des entreprises commerciales établies par les recenseurs qui ont servi de base à l'enquête par voie postale, commencée en 1967 pour l'exercice 1966.

On a établi une liste type à l'usage des recenseurs qui devaient y porter le nom et l'adresse des entreprises, leur siège social ou, le cas échéant, toute autre adresse postale, et cocher des cases précisant s'il s'agissait de commerce de gros, de détail, ou de prestations de service et s'il y avait lieu de fournir les questionnaires en anglais ou en français, donner une description succincte de l'objet social, le nombre d'établissements situés en divers lieux et appartenant au même propriétaire, ainsi que le nombre de personnes à plein temps et à temps partiel nécessaires à l'exploitation de l'entreprise.

Bien que le nombre de questions du recensement de 1966 fut réduit au minimum, on décida de demander certains renseignements au sujet des types de marchandises vendus par les entreprises de vente au détail les plus importantes. C'est pour cette raison que l'on se proposa d'utiliser, pour le commerce de détail, un questionnaire abrégé chaque fois que l'entreprise était exploitée par une seule personne, et un questionnaire plus détaillé, comportant 29 questions relatives aux marchandises pour toutes les

purposes as well as tabulation of wholesale sales by retailers. It was considered that the firms receiving the short form would only be selling to the household consumer. Service businesses all received the same (short) form. In all areas, retail, wholesale and service, multiple unit firms also received a special form on which to list minimum data for each separate place of business. In all there were three retail and two service questionnaires, each in French and English. Two separate forms were used in the wholesale area with one for larger firms containing extra data on the number of employees by months.

Since the questions asked were basic and extra questions were not permitted, little discussion with users took place. The questionnaires were reviewed with trade associations whose contribution to the completion of the census in discussing classifications, wording of questions and communication with their members re completion of census reports was invaluable.

The quantities of each form were estimated and printing of 4-part continuous forms was completed well in advance of the mailing time schedule. Plans were laid for merchandizing the mailing program to a maximum degree.

Editing the enumeration

As the listings of businesses were received after June 1, 1966, they were "checked in" by District and Enumeration Area and then edited. This editing consisted of cancelling or crossing out businesses obviously out of scope, i.e., manufacturers, farmers, nursing homes, professional businesses (doctors, dentists, etc.), contractors, etc. The in-scope listings were then coded as well as possible by the information provided by the enumerator. The main point was to indicate the questionnaire to be sent which was most appropriate to the business. Based on the size indication (number of persons required to operate the business location), most retail businesses were coded to be sent the "short" form if there were less than 2 persons, and the "long" form for all others. Based on the number of stores operated, a separate code was used to facilitate a sort-out of single-unit enumerations v.s. multiples. From this code, multiples were brought together and by name and an advanced list requested of all known chains, Head Office mailing

autres entreprises. Le questionnaire détaillé comportait également une question concernant la "catégorie de consommateurs", que l'on jugeait nécessaire au classement, ainsi qu'au dépouillement des ventes en gros effectuées par les détaillants. On jugeait, en effet, que les entreprises qui recevaient le questionnaire abrégé vendaient uniquement aux particuliers. Tous les prestataires de services recevaient le même questionnaire (abrégé). Dans tous les domaines, c'est-à-dire, dans le commerce de gros, dans le commerce de détail et chez les prestataires de services, les entreprises à succursales multiples ont reçu, en plus, un questionnaire spécial où ils devaient porter un minimum de renseignements pour chacun de leurs locaux d'affaires. En tout, on s'est servi de trois questionnaires pour le commerce de détail, et de deux pour les services, chaque questionnaire étant disponible en français et en anglais. Pour le commerce de gros, on a utilisé deux questionnaires distincts, dont l'un s'appliquait aux entreprises plus importantes et contenait des renseignements supplémentaires quant au nombre de salariés par mois.

Du fait que l'on ne posait que des questions essentielles, sans possibilité de questions supplémentaires, il y eut peu de discussions. Les questionnaires avaient été revus en collaboration avec les associations commerciales, qui ont puissamment contribué à la réussite du recensement par la discussion de la classification et de la rédaction des questions, et par la liaison qu'elles ont établie avec leurs membres en ce qui concerne le renvoi des questionnaires.

Après avoir évalué combien il faudrait d'exemplaires de chacun des questionnaires, on a imprimé des liasses continues de quatre exemplaires, bien avant la date prévue pour l'envoi. On s'est attaché à automatiser l'expédition des formules le plus possible.

Contrôle des fiches des recenseurs

Au fur et à mesure que les listes d'entreprises nous parvenaient après le 1er juin 1966, nous procédions à la vérification de leur arrivée par district de recensement et par secteur de dénombrement, puis à leur contrôle. Ce contrôle consistait à éliminer ou à rayer toute entreprise qui sortait manifestement du champ du recensement, comme les entreprises manufacturières, les exploitations agricoles, les maisons de repos, les cabinets des membres de professions libérales (médecins, dentistes, etc.) les entrepreneurs du bâtiment, etc. Pour les établissements situés dans le champ du recensement, nous procédions au chiffrement le plus exact possible, à partir des renseignements fournis par les recenseurs. Il s'agissait avant tout de déterminer quel questionnaire conviendrait le mieux à chaque entreprise. A partir des indications concernant leur taille (c'est-à-dire, le nombre de personnes nécessaires dans chaque local d'affaires) on pouvait donner à la plupart des entreprises du commerce de détail un code permettant de lui envoyer un questionnaire abrégé si le nombre d'employés était inférieur à 2, et un ques-

was ensured; branch locations were not surveyed separately. Names and addresses were scrutinized for legibility, proper postal address and special mailing requirements.

When all listings had been received, they were sorted in order by Census District and Enumeration Area. Following a prepared list, all localities were coded and then within each, when complete, the enumerated businesses were serially numbered.

The locality coding system was as follows: Toronto City was coded 5-54-15, 5 for province of Ontario (numbered from 0 for Newfoundland to 9 for British Columbia) 54 for York County (counties arranged alphabetically in a province and numbered from 01) and 15 for locality within York county (all incorporated places of 1,000 population or more within the county were listed alphabetically and numbered this being the order of publication). Within a county or census division the locality code 99 was used for all rural, unincorporated places and any incorporated place under 1,000 population, except that code 98 was used for the unincorporated urban fringe of metropolitan cities and code 97 for urban fringes of other major urban cities. These locality codes permit aggregation of data by individual cities and towns, by major urban areas, counties and provinces.

Mailing program

After numbering, the name, address and other coded data were key punched, sorted by questionnaire and code which segregated all indicated as multiple ownership units for special mailing to head office. Questionnaires were printed in four parts and the large run of independent or single unit businesses was addressed, in four parts, decollated (carbon discarded, second and third request separated for future use, but kept in numerical order by file number) and bursted, all mechanically. The double forms (original and file copy) were mechanically folded, inserted in window envelopes and held in mail bags (by province) until January 1967 for mailing. By code, all single store questionnaires for special mailing were processed, but held separate for hand-addressing of outgoing envelope to accountant or other person who would complete the form. All mail was dispatched; postal returns from summer seasonal places were held until June for re-

tionnaire détaillé dans tous les autres cas. A partir du nombre de magasins exploités, on a établi un code permettant de séparer les entreprises comportant un seul établissement et celles à établissements multiples. A partir de ce code, on a regroupé les succursales par raison sociale et demandé à toutes les chaînes de magasins multiples connues de fournir d'avance une liste à jour. Les questionnaires furent envoyés à chaque siège central, sans que l'on recense séparément les succursales situées en divers lieux. On examina avec soin chaque nom et chaque adresse, pour s'assurer que les indications étaient lisibles et que l'adresse postale et les conditions d'envoi correspondaient bien aux exigences.

Dès réception, toutes les listes furent triées par district de recensement et secteur de dénombrement et classées par ordre géographique. A partir d'une liste que l'on avait établie, on chiffrà chaque lieu géographique, puis on attribua à chacun des établissements énumérés un numéro de série.

Le code géographique était le suivant: la ville de Toronto portait le numéro 5-54-15, ou 5, représente la province de l'Ontario (la numérotation des provinces allant de 0 pour Terre-Neuve à 9 pour la Colombie-Britannique), 54 représente le comté de York (les comtés étaient classés alphabétiquement dans chaque province et numérotés à partir de 01) et 15 représente la localité à l'intérieur du comté de York (toutes les localités constituées de 1,000 habitants ou plus furent classées alphabétiquement à l'intérieur de chaque comté, et numérotées, et c'est dans cet ordre que s'est effectué la publication). Dans chaque comté, ou division de recensement, le numéro 99 sert à désigner les localités rurales non constituées et les localités constituées ayant une population inférieure à 1,000 habitants, le numéro 98, les banlieues urbaines non constituées des métropoles, et le numéro 97, les banlieues urbaines des autres grandes villes. L'utilisation de ce code permet de grouper les renseignements par villes, par grandes régions urbaines, par comtés et par provinces.

Programme des envois

Après chiffrage, on a perforé les noms, adresses et autres renseignements chiffrés, puis procédé au tri par questionnaire et par numéro pour éliminer les magasins multiples, où il fallait que le questionnaire soit adressé à un siège central. Les questionnaires furent imprimés en quatre exemplaires réunis en liasse. La plupart ont reçu l'adresse des entreprises indépendantes ou uniques sur les quatre exemplaires, puis passa par la désenliasseuse (qui sépare le papier carbone et les exemplaires n° 2 et 3, que l'on conserve dans leur ordre de classement numérique en vue de rappels éventuels) et le rupteur. Les deux autres exemplaires (c'est-à-dire, l'original et une copie destinée au classement) furent pliés à la machine, insérés dans une enveloppe à fenêtre et conservés dans des sacs postaux (par province) pour être expédié en janvier 1967. Grâce à un code, on sépara les questionnaires particuliers devant faire l'objet d'un envoi spécial et sur lesquels on inscrivit manuellement l'adresse du comptable ou de la per-

mailing. Special form letters were designed to trace postal returns marked "moved", "out of business", etc., much contact being made with the neighbouring enumerated business. With enumeration in June and mailing in January—March of the next year, many changes had taken place. New owners or operators returned mail addressed to the former owner without opening it or indicating such change of ownership. If street addresses were available, the questionnaire with appropriate form letter was returned to the "Present Occupant". A mail program of this magnitude, some 300,000 firms, has numerous unexpected problems.

The mailing of appropriate forms to multiple firms was handled differently. Special multiple listing forms designed to accommodate each location of the firm, together with a basic questionnaire for the firm, were sent to Head Offices with special reporting instructions.

Approximately one month from the original mailing, the returned forms were matched with the "second request" file of forms, for the purpose of destroying the second and third request. The remaining second request forms were then used as the first follow-up. Subsequently, the "third request" set of forms was used as a second follow-up. This program saved typing or hand addressing the numerically large first and second follow-up. For the remaining and smaller follow-ups, form letters were used. The fifth follow-up, took the form of a special request with another questionnaire sent to the Dominion Bureau of Statistics Regional Offices for field collection. Resources restricted this more intensive follow-up to large delinquent firms and to smaller firms within easy reach of the Regional Office. Other delinquents at this stage were sent a form letter containing a minimum request. Finally, the remainder, mostly small businesses, had to be estimated using compiled averages of good returns by size (persons engaged)—trade—province cells, etc. By this means, principal statistics (sales or receipts, employment, payroll, inventory, and accounts receivable at year-end) were coded and tabulation made for all known wholesale, retail and service businesses.

sonne devant se charger de faire la déclaration. Tout le courrier fut expédié. Les questionnaires retournés par la poste du fait que les établissements en question ne fonctionnaient qu'en saison furent conservés et renvoyés en juin. On avait prévu des formules spéciales pour régler le cas des envois retournés par la poste avec l'indication "déménagé" ou "a cessé son activité", etc., en s'adressant fréquemment aux autres établissements du voisinage inscrits sur nos listes. Entre le dénombrement au mois de juin et l'envoi des questionnaires au mois de janvier ou mars de l'année suivante il s'était produit bien des changements. Des nouveaux propriétaires ou exploitants nous retournaient le courrier adressé à leur prédécesseur sans l'avoir ouvert ou sans nous faire savoir qu'il y avait eu changement de propriétaire. Chaque fois que l'adresse exacte était connue, le questionnaire accompagné d'une formule appropriée était renvoyée à l'occupant actuel. Un programme d'envois de cette importance, c'est-à-dire, comportant quelques 300,000 entreprises, ne peut manquer de poser de nombreux problèmes inattendus.

L'envoi des questionnaires aux sociétés à succursales multiples fut traité différemment. On envoya à leur siège central un questionnaire multiple spécial, prévu pour pouvoir contenir les renseignements concernant tous les locaux d'affaires, en plus d'un questionnaire de base pour la société, et accompagné d'instructions particulières quant à la façon de remplir la déclaration.

Environ un mois après la date du premier envoi, on compara les déclarations parvenues avec le fichier des premiers rappels, afin d'éliminer les premiers et seconds rappels devenus inutiles. Les premiers rappels qui restaient alors au fichier furent utilisés comme prévus. Par la suite on procéda de même pour les questionnaires destinés au second rappel. Par ce procédé, on a économisé le travail à la machine ou à la main qu'aurait nécessité l'inscription d'adresses pour le nombre élevé de premiers et de seconds rappels. Pour les rappels suivants, moins nombreux, on utilisa des imprimés. Le cinquième rappel était une demande spéciale, accompagnée de l'envoi d'un questionnaire au service régional du Bureau fédéral de la statistique, qui devait en assurer la collecte sur place. Les moyens à notre disposition nous ont obligés à limiter ce genre d'intervention aux sociétés importantes et aux petits établissements facilement accessibles à partir des bureaux régionaux. Pour d'autres cas de non-réponse à ce stade, on a procédé à l'envoi d'un imprimé réclamant un minimum de renseignements. Pour le reste, enfin, qui se composait principalement de petites entreprises, il fallut procéder à des estimations, sur la base de moyennes calculées à partir de questionnaires remplis et groupés suivant la taille (nombre de personnes dans l'exploitation), le genre de commerce, la province, etc. De cette façon, les principaux renseignements statistiques (c'est-à-dire, les ventes ou les recettes, l'effectif, la rémunération, les stocks, et les comptes à recevoir en fin d'année) ont pu être chiffrés et réunis en tableaux pour toutes les entreprises connues du commerce de gros, du commerce de détail et des services.

Coverage and quality of the enumeration

Census enumerators list businesses for the Census of Merchandising and Service Establishments as an added task to their more onerous work of collecting data on population, housing, agriculture, etc. As such they miss certain businesses for one reason or another. In office buildings, particularly out of scope professional offices are interspersed with agents and brokers, possibly on upper floors; enumerators are paid by name listed, and after checking two floors, with no reward, they will, in some cases, leave the building without locating or listing the "in scope" firms. Again, many wholesale businesses have the appearance of manufacturing plants which are not to be enumerated, and after several calls made in vain, the tendency is to pass by the next such building which might well be a proper "in scope" wholesale warehouse. To check the enumeration, many other available lists are matched with it. Trade association membership lists, provincial lists, where available (hotels, theatres, motels and other tourist accommodation under provincial regulations) trade directories, telephone classified sections, etc., are all used in one way or another to improve the "coverage" of the census; these new names are added to the enumeration and surveyed. While this adds greatly to the work, there are two fundamental requirements to such a mail survey:

1. Obtain, by any means, a complete and accurate list of what or who is to be surveyed.
2. Obtain a completed report from each name on the list.

If these requisites can be met, the rest is a routine but exacting task, i.e., proper classification, editing, coding, tabulating and compiling the information.

The enumeration is a listing as at June of the Census year. The purpose of the Census of Merchandising and Service Establishments is to measure the business activity for the entire year. The enumeration obviously does not include businesses opened before but closed by June nor businesses opened after the enumeration date. This problem is aggravated by changes of ownerships, where the respondents do not complete a full year's report; form letters are generally used to determine previous owners and months in business by each. The owner for the missing part of

Couverture et qualité de dénombrement

Pour les recenseurs, la tâche d'établir une liste des entreprises pour les besoins du recensement des établissements de commerce et de service venant s'ajouter à toutes celles, bien plus absorbantes, qui leur incombent pour la collecte de renseignements sur la population, le logement, l'agriculture, etc. a entraîné l'omission d'un certain nombre d'entreprises, et ce pour diverses raisons. Dans tel édifice abritant des bureaux, en particulier, on trouve des bureaux de divers membres de professions libérales (qui ne sont compris dans le champ de l'enquête) alternant avec ceux de représentants ou de courtiers—parfois aux étages supérieurs. Après avoir vérifié deux étages sans aucun succès, le recenseur, qui est rémunéré au nombre de noms dont il fournit la liste, peut décider de quitter l'édifice sans avoir trouvé ni porté sur sa liste telle entreprise à laquelle le recensement s'appliquerait. D'autre part, bien des commerces de gros présentent toutes les apparences d'une usine de fabrication, qu'il n'y a pas lieu de recenser et après plusieurs tentatives infructueuses le recenseur peut avoir tendance à ne pas s'arrêter au prochain établissement de même apparence, qui pourrait bien, cette fois-là, être un entrepôt de gros relevant du recensement. Afin de vérifier le dénombrement, on compare les listes obtenues à d'autres listes dont on peut disposer. Les listes d'adhérents des organisations professionnelles, les listes provinciales, énumérant les hôtels, salles de spectacle, motels et autres centres d'hébergement de touristes règlementés par les provinces chaque fois qu'on en dispose, les annuaires professionnels, la partie analytique des annuaires téléphoniques, etc.: tous ces moyens sont employés d'une façon ou d'une autre afin d'améliorer la "couverture" du recensement. Chaque nouveau nom est ajouté à la liste, et fait l'objet d'enquête. Bien que ce procédé entraîne un surcroît de travail, il se justifie car il répond à deux conditions essentielles d'une enquête par la poste, à savoir:

1. Il faut obtenir, par tous les moyens, une liste complète et exacte de toutes les unités devant être recensées.
2. Il faut obtenir, pour chacun des noms qui apparaît sur la liste, une déclaration remplie.

Une fois que ces conditions ont pu être réunies, le reste, c'est-à-dire, le classement, le contrôle, le chiffrement, la tabulation et l'établissement des statistiques d'une manière convenable ne constituent plus qu'un travail de routine, certes, mais très asséchant.

Le dénombrement fournit une liste arrêtée au mois de juin de l'année de recensement. Le recensement des établissements de commerce et de service a pour but de mesurer l'activité commerciale de l'année toute entière. Bien entendu, tout établissement qui se serait créé puis aurait cessé son activité avant juin, ainsi que les établissements qui se sont créés après la date du dénombrement ne figurent pas sur les listes. Les changements de propriétaire compliquent encore le problème car les déclarations ne portent pas sur l'année complète. On a généralement recours à des imprimés spéciaux pour déterminer qui

the year is surveyed and the two part-years added to make a complete 12-month report for the particular location. Multiple firms reported all business for the year including new stores opened after June 1, and stores closed early in the year. New registrants in business during the last half of the year were obtained from the Unemployment Insurance Commission and these were surveyed for business carried on up to December 31, 1966.

Editing and coding of returns

With a minimum of information collected the editing and coding was less extensive than formerly. The basic problems of incomplete forms, incorrect entries etc. continued, requiring form letter correspondence to obtain adequate data. Coding included form of organization, number of units operated under the same ownership and the principal statistical items of working proprietors, employment, payroll, sales and receipts from services, inventory and accounts receivable at year end, with dollar entries coded to the nearest hundred. On the long retail form the merchandise lines were either reported in percentages or converted to percentages from dollar entries and balanced to 100%. The kind of business coding presented major problems; a list of kinds of business was provided on the back of the questionnaire but many returns contained more than one check-off. The merchandise line entry (on the long form) was not always adequate for classification; the first item was "food products", much too broad for specific kind of food store identification.

Computer programming

Completed returns, edited and coded, were key punched; one card contained all of the data from this "streamlined" census except for the merchandise lines contained on the long retail form which required a second card. As a significant group of returns was punched (30,000 to 40,000), they were transferred to tape. Before this occurred, the tabulation schedule had been finalized and programs written to produce the required tabular data. The first completed group of returns was used as test-run material for various editing and tabulation programs.

étaient les propriétaires précédents, et pour savoir pendant combien de mois chacun d'eux a exploité l'affaire. On fait remplir un questionnaire au propriétaire à qui appartenait l'établissement pendant l'autre partie de l'année, et on additionne les deux exercices partiels de façon à obtenir une déclaration qui englobe les 12 mois d'exploitation. Les sociétés à établissements multiples ont déclaré toutes les affaires de l'année, y compris celles des magasins ouverts après le 1er juin et des magasins fermés avant cette date. Pour les établissements nouvellement créés au cours de la seconde moitié de l'année, on a eu recours aux renseignements de la commission d'assurance chômage et on a recensé toutes les activités de ces établissements jusqu'au 31 décembre 1966.

Contrôle et chiffrage des déclarations

Comme les renseignements collectés se limitaient à un minimum, les opérations de dépouillement et de chiffrage s'en sont trouvées réduites. Les difficultés de base, c'est-à-dire, la question des déclarations incomplètes, des renseignements inexacts, etc., n'en n'ont pas moins subsisté et exigé l'envoi d'imprimés spéciaux pour obtenir les renseignements convenables. Le chiffrage a porté sur la forme juridique, le nombre d'établissements exploités par les mêmes propriétaires, et sur les principaux renseignements statistiques concernant les propriétaires actifs, l'effectif, la rémunération, les ventes et le produit des services, les stocks et les comptes à recevoir en fin d'année, avec indication des montants arrondis à la centaine de dollars. Pour le questionnaire détaillé les divers types de produits étaient soit déjà indiqués en pourcentages, ou alors convertis en pourcentages à partir des montants en dollars, le total représentant 100 p. 100. Pour le chiffrage du genre de commerce, il s'est posé un problème majeur. En effet, le questionnaire comportait à son verso une liste des différents genres de commerce, mais pour un grand nombre de déclarations, les intéressés avaient coché plusieurs lignes. Or le détail des produits (sur le questionnaire détaillé) ne permettait pas toujours le chiffrage, par exemple, le premier poste était intitulé "produits alimentaires", ce qui constitue une définition beaucoup trop vaste pour permettre l'identification d'un type spécifique de magasin d'alimentation.

Programmation de l'ordinateur

Après contrôle et chiffrage des déclarations les renseignements ont été perforés sur des cartes. Une seule carte contenait tous les renseignements du recensement "simplifié", sauf les types de marchandises du questionnaire détaillé du commerce de détail, qui nécessitaient une seconde carte. Dès que l'on avait perforé un nombre important de cartes (30,000 à 40,000 déclarations), on les transférait sur bande. D'avance, on avait mis au point le plan de tabulation, et rédigé les programmes destinés à produire les diverses données des tableaux. C'est le premier groupe de déclarations traitées qui servit aux essais des divers programmes de contrôle et de tabulation.

Key punching and card-to-tape operations progressed in lots with the result that the 153,000 retail stores were finally contained on several original tapes. As one group was completed, editing programs were run and the file updated for corrections. A variety of programs was required just to complete the record of each file; i.e. the expanded record of each file contained codes applied by computer indicating sales size of the business, employment size, a city code both corporate and metropolitan, a census tract code for each file record in metropolitan areas, etc. Editing programs identified and rejected many editing and key punching errors. Finally all corrected tapes were merged and the data, classified by type, size and province, were used to estimate a feed-in of delinquent firms, whose kind of business, type and employment size were known. The merger of this last tape with the one which was used to produce it constituted the retail universe ready for tabulation programs.

Tabulation

Similar to 1961, statistics were produced under two concepts—locations and establishments. Locations represent each separate place of business; the establishment is the accounting entity capable of providing more detailed financial data such as purchases, gross margins etc; for the purpose of this census multiple location firms were asked to provide the additional items of accounts receivable, merchandise lines and sales by class of customer at the provincial level. Provincial summaries of these data together with the principal statistics items of employment, payroll, sales and inventories constituted the establishment. A single store operation was both a location and an establishment. Proper identification of single stores and stores of multiple firms permitted tabulations as required.

The first tabulations were at the retail store location level i.e., each separate store in its place. For each store the principal items of proprietors, employees, payroll, sales, and inventory at year-end were available. This permitted a check, in detail, with previous censuses. After this analysis the data were tabulated in various ways for maximum usefulness. Tabulations were made for Canada, each province and each city area over 30,000 population by detailed kinds of business; totals were compiled by counties or census divisions and each locality of 1,000 population or more; various compilations were made by store size measurements—employment size,

La perforation des cartes et le transfert carte-bande se firent par tranches de sorte que les renseignements pour les 153,000 magasins de vente au détail se trouvèrent en fin de compte répartis sur plusieurs bandes originales. Dès qu'une tranche était traitée, on passait au programme de contrôle et on mettait le fichier à jour pour tenir compte des rectifications. Il fallait un grand nombre de programmes rien que pour l'enregistrement de chacun des fichiers, ainsi, l'enregistrement de chacun des fichiers comportait l'affectation par l'ordinateur de numéros de code indiquant le volume des ventes de l'entreprise, le groupe de taille de l'effectif, la localité suivant qu'il s'agissait d'une ville ou d'une zone métropolitaine, le secteur de recensement pour chaque fichier à l'intérieur d'une zone métropolitaine, etc. Les programmes de contrôle permettaient de repérer et d'éliminer un grand nombre d'erreurs de contrôle et de perforation. En fin de compte, on fusionna toutes les bandes rectifiées, et on utilisa les données, classées par type, groupe de taille et province, pour l'estimation des chiffres imputés aux sociétés pour lesquelles on n'avait pas de déclaration mais dont on connaissait le genre d'entreprise, le type et l'importance des effectifs. La fusion de cette dernière bande avec la première devait constituer l'univers du commerce de détail prêt pour la mise en tableaux.

Tabulation

Comme en 1961, deux notions présidaient à la production de statistiques, c'est-à-dire, le "local d'affaires" et "l'établissement". Le local d'affaires représente chacun des points distincts d'exploitation; l'établissement est l'unité comptable en mesure de fournir des données financières plus détaillées concernant, par exemple, les achats, les marges brutes, etc. Pour les besoins du présent recensement, on avait demandé aux sociétés à succursales multiples de déclarer, en plus, les comptes à recevoir, les types de produit, et les ventes par catégories de clients sur une base provinciale. La somme par province de ces données, ajoutée aux principaux renseignements statistiques sur l'emploi, les rémunérations, les ventes et les stocks constituait l'établissement. L'exploitation consistant en un seul magasin, était à la fois un local d'affaires et un établissement. Par l'identification convenable des magasins uniques et des succursales multiples, on pouvait produire les tabulations nécessaires.

Les premières tabulations se situaient au niveau du local d'affaires des magasins de détail, c'est-à-dire que chaque magasin y figurait à sa place. Pour chaque magasin on disposait des principales indications concernant les propriétaires, les effectifs, la rémunération, les ventes et les stocks en fin d'année. Cela permit de faire des vérifications détaillées avec les recensements antérieurs. A la suite de cette analyse, on procéda à diverses tabulations des données destinées à rendre le plus de services possibles. On fit des tabulations pour l'ensemble du Canada, pour chaque province et pour chaque agglomération urbaine de plus de 30,000 habitants, par genre de commerce: on calcula des totaux par comté,

annual sales volume categories, by number of units operated under the same ownership, etc.; other tabulations provided totals by form of organization; the separate census bulletins are described on the back cover of this bulletin.

Establishment statistics differ from location statistics in various ways. A large chain store organization is counted as one establishment in Ontario, for example, as compared to 80 stores in location statistics. Store locations exclude head office and warehouse employees, payroll and inventory while the establishment includes them. In some instances a number of retail stores will be included in location statistics while the establishment will be wholesale or manufacturing and as such entirely excluded from retail establishment statistics.

In addition to principal statistics, items tabulated and published at the establishment level are sales by merchandise lines, sales by class of customer and accounts receivable at year-end.

Publication

Census results for 1966 are published by means of a series of separate bulletin which can be contained in a ring binder. This method permits release of data as produced rather than withholding all tabular information pending the preparation of a bound volume. Some preliminary releases were made of basic data.

ou par division de recensement, et pour chaque localité de 1,000 habitants ou plus; on effectua diverses présentations sur la base de la taille des magasins, de l'importance des effectifs, des groupes d'importance des ventes annuelles, du nombre de succursales exploitées par les mêmes propriétaires, etc.; d'autres tabulations indiquaient les totaux par forme juridique. Les divers bulletins du recensement sont mentionnés à la dernière page de couverture de la présente brochure.

Les statistiques qui portent sur les établissements diffèrent de diverses manières de celles des locaux d'affaires. En Ontario par exemple, une entreprise importante à succursales multiples compte pour un seul établissement, alors que la statistique par local d'affaires donne 80 magasins. Les renseignements par local d'affaires excluent le personnel du siège central et des entrepôts, ainsi que les rémunérations et les stocks qui s'y rapportent, alors ces renseignements sont compris dans les statistiques par établissement. Dans certains cas, des magasins de vente au détail sont inclus dans la statistique par local d'affaires, alors que l'établissement, qui entre dans la catégorie du commerce de gros ou celle de l'industrie manufacturière est, à ce titre, totalement exclu de la statistique des établissements de vente au détail.

En complément des principales statistiques, on a mis en tableaux et publié les renseignements suivants par établissement: ventes par type de produit, ventes par catégorie de clients, et comptes à recevoir en fin d'année.

Publication

Les résultats du recensement pour 1966 sont présentés sous forme de fascicules distincts du format d'un classeur à anneaux. Ce procédé permet de publier les données au fur et à mesure de leur production, sans attendre que tous les tableaux soient terminés pour les publier en un volume relié. Certaines données de base ont fait l'objet de publications préliminaires.

SECTION 2

KIND-OF-BUSINESS DESCRIPTIONS

For purposes of the Census of Retail Trade, each store was assigned to a specific kind-of-business classification. This was based upon the description of the business as given on the census return and by the proportion of the various commodities sold when this information was supplied.

Kind-of-business classifications are not synonymous with commodity sales. Grocery stores, for example, sell other than food items and general stores and department stores sell food; some drug stores sell camping supplies, china and glassware, etc., but the major activity places the store in the drug store classification.

The kinds of business as used for this 1966 Census are similar to those of 1961 in general. No major change in concept occurred as in 1961 when restaurants were transferred from retail to service, etc. While the scope of retail remained the same, some internal changes were instituted in classifications: the former class "confectionery stores" was divided so that those stores so called but which were more groceries than anything else were placed in a new category "Grocery, confectionery and sundries stores". The definition of department stores was changed significantly to include, among other changes, the concessions located within the department store structure. A new additional classification "Home and auto supply stores" refined the former class "Accessory tire and battery stores", and in a few cases secondary classifications were eliminated, i.e. hardware stores with farm implements was included with hardware stores.

Food Group

Bakery products stores

Retail stores primarily selling bakery products such as bread, cakes, pies, cookies, etc., over the counter. This classification includes stores operated in conjunction with and on the same premises as the manufacturing of baked goods. In most cases, the bakery store sells basically the products of the establishment's own manufacture.

Candy, nut, confectionery stores (over 60 per cent)

Retail stores primarily selling candy, nuts and other confections such as packaged potato chips, popcorn, chewing gum, etc., operation of a soda fountain or lunch counter, is common, and

SECTION 2

DESCRIPTION DU GENRE D'ACTIVITÉ

Pour le recensement du commerce de détail, chaque magasin a été classé dans une catégorie particulière selon le genre de commerce. Ce classement a été établi à partir de la description de l'affaire telle qu'elle apparaissait sur la déclaration et de la proportion des divers produits vendus chaque fois que ce renseignement était fourni.

Le classement par genre de commerce n'est nullement synonyme du classement par type de produits. Par exemple, une épicerie vendra des produits autres qu'alimentaires, et un magasin général ou un grand magasin, lui, vendra des produits alimentaires; certaines "pharmacies" vendent du matériel de camping, de la vaisselle ou des verres, etc. mais par les principaux produits qu'il vend, le magasin se classe dans la catégorie des pharmacies.

De façon générale, les genres de commerce adoptés pour le recensement de 1966 sont les mêmes qu'en 1961. Contrairement à 1961, où les restaurants avaient été reclassés de la catégorie des magasins de détail à celle des services, il n'y a eu aucune modification majeure de définition. Le domaine du commerce de détail est resté le même, mais on a procédé à certaines modifications à l'intérieur même des catégories; l'ancienne catégorie des "confiseries" a été scindée de façon à pouvoir reclasser les magasins qui, en fait, étaient davantage des épiceries, dans une nouvelle catégorie dénommée "Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers". La définition des grands magasins a été sensiblement modifiée, de façon à permettre d'inclure entre autres leurs rayons exploités par concession. La nouvelle catégorie, appelée "Fournitures de maison et d'automobile", permet de mieux définir l'ancienne catégorie "Accessoires, pneus et batteries" et dans certains cas, on a éliminé certaines sous-catégories, ainsi les "quincailleries et instruments agricoles" ont été classées comme simples quincailleries.

Produits alimentaires

Produits de boulangerie

Commerce de détail vendant principalement des produits de boulangerie, tels que pain, gâteaux, tartes, petits gâteaux, etc., au comptoir. Cette catégorie inclut les magasins exploités conjointement avec la fabrication de ces produits dans les mêmes lieux. Dans la plupart des cas, les boulangeries ne vendent en principe que des produits de leur propre fabrication.

Bonbons, noix et confiserie (plus de 60 p. 100)

Commerce de détail vendant principalement des bonbons, des noix et d'autres produits de confiserie tels que des paquets de chips, du maïs soufflé, de la gomme à mâcher etc., exploitant fréquemment un

in some cases, limited amounts of dry groceries and canned goods are carried, along with tobacco items and magazines. However, to be so classified, candy, nut and confectionery items must exceed 60 per cent of the total trade.

Dairy products stores

Retail stores selling mainly dairy products such as fluid milk, cream, butter and cheese, in which any manufacturing operations carried out are not extensive enough to justify the classification of the store as an industry. Dairy bars, Dairy Queen and other ice cream stands are included here. Other items may include cooked meats, some light groceries and eggs, etc., but the dairy products mentioned above must exceed 50 per cent of the total trade.

Egg and poultry stores

Retail stores selling mainly eggs and live or dressed poultry. Other items may include dairy products, but eggs and poultry **alone or combined**, must exceed 50 per cent of the total trade to be so classified.

Fruit and vegetable stores

Retail stores selling mainly fruits and vegetables; some groceries and other items may be carried, but fruits and vegetables, **alone or combined**, must exceed 50 per cent of the total trade.

Note: Producers selling their own products on markets or at roadside are not included.

Groceries, confectionery and sundries stores (no one line over 60 per cent)

Retail stores selling a miscellaneous line of items, consisting usually of the following—a general line of groceries such as coffee, tea, sugar, flour, spices, canned and/or frozen foods, etc., also candy, confectionery, soft drinks, newspapers, tobacco items, school supplies and small amounts of proprietary drugs, etc.; no one line predominates to the extent of over 60 per cent of the total trade. Should any one line exceed 60 per cent of the total trade, the business would be classified to the classification applicable to that line. In Quebec and Newfoundland, this includes stores selling beer with the proviso, however, that should beer exceed 60 per cent of total trade, the store would not be classified as a beer store.

comptoir de boissons non alcoolisées ou servant des repas légers, et offrant parfois un nombre limité d'articles d'épicerie et de conserves, en même temps que du tabac et des journaux. Pour tomber dans cette catégorie, il faut toutefois que la vente de bonbons, noix et produits de confiserie représente au moins 60 p. 100 du chiffre d'affaires.

Produits laitiers

Commerce de détail vendant principalement des produits laitiers tels que lait, crème, beurre et fromage, et dont les activités éventuelles de fabrication ne sont pas assez importantes pour justifier du classement à la catégorie des établissements industriels. C'est ici que l'on classe les divers comptoirs où l'on sert du lait et de la crème glacée. Parmi les autres produits vendus, on peut trouver de la charcuterie, quelques produits d'épicerie, des oeufs, etc., mais il faut que la vente de produits laitiers tels qu'ils sont décrits plus haut soit supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Oeufs et volaille

Commerce de détail vendant principalement des oeufs ou de la volaille vivante ou éviscérée. Parmi les autres produits vendus, on peut trouver des produits laitiers, mais **soit les oeufs, ou la volaille ou les deux ensemble**, doivent constituer au moins 50 p. 100 du chiffre d'affaires pour que l'on puisse classer un magasin dans cette catégorie.

Fruits et légumes

Commerce de détail vendant principalement des fruits et légumes; ces magasins peuvent également offrir certains produits d'épicerie et autres mais **les fruits, ou les légumes, ou les deux ensemble**, doivent constituer au moins 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Note: Les producteurs qui vendent leurs propres produits sur les marchés ou sur le bord des routes ne sont pas compris dans cette catégorie.

Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers (aucune activité supérieure à 60 p. 100)

Commerce de détail vendant des produits divers, ce qui comprend habituellement: les principaux produits d'épicerie tels que café, thé, sucre, farine, épices, conserves et denrées congelées, etc., ainsi que des bonbons, de la confiserie, des boissons non alcoolisées, des journaux, du tabac, des fournitures scolaires, et de petites quantités de spécialités pharmaceutiques, etc., sans qu'un seul type de produits dépasse 60 p. 100 du chiffre d'affaires. Quand un seul type de produits dépasse les 60 p. 100, le commerce doit être classé dans la catégorie appropriée. Au Québec et à Terre-Neuve, cela comprend également la vente de bière, avec cette réserve que même si la vente de bière dépasse 60 p. 100 du chiffre d'affaires le magasin ne sera pas classé dans la catégorie "magasin de bière".

Grocery stores (without fresh meat)

Retail stores where groceries such as tea, coffee, cocoa, dried fruits, spices, sugar, flour, canned and/or frozen foods, fresh fruits, vegetables, cooked and prepared meats and non-edible items such as tissues, soap, cleaning agents and polishes together exceed 60 per cent of the total trade, but fresh meat, if any, constitutes less than 15 per cent of the total trade.

Combination stores (grocery stores, with fresh meat)

Retail stores selling a balanced line of groceries, bakery products, fresh fruits and vegetables, canned goods, dairy products, frozen foods, eggs, poultry and fresh and frozen meats. Other lines may include, candy, confectionery, toiletries such as shampoo, tooth paste, etc., paper products and limited amounts of housewares. Such stores are distinguished from other grocery stores by the fact that grocery items are highly dominant over other lines and fresh meat accounts for 15 per cent or more (but less than 50 per cent or more (but less than 50 per cent) of the total sales.

Meat markets

Retail stores selling mainly fresh meats. Other items may include cured meats, poultry, dairy products, eggs, etc. (Dry groceries may also be included, but not more than 49 per cent of the total trade.)

Note: Meat markets are distinguished from other grocery stores by virtue of the fact that fresh meat, cured meats, poultry and dairy products together exceed 50 per cent of total sales, with fresh meats predominant over cured meats, poultry and dairy products.

Fish markets

Retail stores selling mainly fresh or cured fish, shellfish and other sea foods. Other items may include meats and groceries, but the predominance of fish and sea food items over either line, will designate it as a fish market.

Delicatessen stores

Retail stores selling mainly food ready to serve in the home without further preparation, such as cooked meats, prepared salads, imported foods, etc. Other items may include bakery products, confectionery, dairy products, canned and bottled foods and groceries in **minor** quantities. Such stores are usually designated delicatessen by name, but this is not the criteria for establishing the classification for a store so designated.

Épiceries (sans viande fraîche)

Commerce de détail dont l'ensemble des ventes de produits d'épicerie tels que thé, café, cacao, fruits secs, épices, sucre, farine, conserves ou denrées congelées, fruits frais, légumes, viande cuite ou préparée, et de produits non comestibles tels que serviettes de papier, savon, détergents et produits d'entretien dépassent 60 p. 100 du chiffre d'affaires, mais dont les ventes de viande fraîche, le cas échéant, ne dépassent pas 15 p. 100 du total.

Épiceries-boucheries (épiceries avec viande fraîche)

Commerce de détail combinant la vente, dans des proportions équilibrées, de produits d'épicerie, de boulangerie, de fruits et légumes, de conserves, de produits laitiers, d'aliments congelés, d'oeufs, de volaille et de viande fraîche ou congelée. Parmi les autres types de produits, on peut trouver des bonbons, de la confiserie, des articles de toilette tels que du shampoing, du dentifrice, etc., des articles en papier et une quantité limitée d'articles ménagers. On distingue ces magasins des autres épiceries du fait que les produits d'épicerie y prédominent largement, et que la vente de viande fraîche représente au moins 15 p. 100 (mais moins de 50 p. 100) du chiffre d'affaires global.

Boucheries

Commerce de détail vendant principalement de la viande fraîche. Parmi les autres types de produits, on peut trouver des viandes fumées ou salées, de la volaille, des produits laitiers, des oeufs, etc. (Peut également inclure des produits d'épicerie, mais uniquement pour 49 p. 100 ou moins du total.)

Note: On distingue les boucheries des épiceries-boucheries du fait que l'ensemble de la viande fraîche ou fumée ou salée, de la volaille et des produits laitiers dépasse 50 p. 100 du total des ventes, les ventes de viande fraîche dépassant celles de viande fumée ou salée, de volaille et de produits laitiers.

Poissonneries

Commerce de détail vendant principalement du poisson frais ou fumé ou salé, mollusques des crustacés ou d'autres fruits de mer. Parmi les autres types de produits, on peut trouver de la viande et de l'épicerie, mais la prédominance du poisson et des fruits de mer sur tout autre type de produit déterminera qu'il s'agit bien d'une poissonnerie.

Charcuteries

Commerce de détail vendant principalement des aliments prêts à la consommation sans autre préparation, tels que viandes cuites, salades toutes faites, aliments d'importation, etc. Parmi les autres types de produits, on trouve des produits de boulangerie de la confiserie, des produits laitiers, des conserves en boîtes ou en bouteilles, et divers articles d'épicerie en quantité **minime**. Ce genre de magasin est généralement désigné sous le nom de "Delicatessen", mais ce critère ne suffit pas à classer un magasin ainsi désigné dans cette catégorie.

Other food stores

Retail stores selling mainly special items of food which cannot be classified elsewhere, for example, stores dealing in one or more specialty lines such as dietary foods, rice, peanut oil, coffee, tea and spices.

General Merchandise Group

Department stores

A retail outlet is defined as a department store if it possesses the following characteristics:

It must sell the following general lines of merchandise:

- (a) **Family clothing and apparel.**—This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie; and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery, women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear.

Note: The outlet must sell at least 6 of the commodity lines listed above, with at least 1 of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20 per cent of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

- (b) **Furniture, appliances and home furnishings.**—This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; furniture, china and glassware; home furnishings; wooden and upholstered goods for living-room, dining-room and bedroom; major appliances; T.V., radio and music; hardware and housewares.

Note: The outlet must sell at least 4 of the commodity lines listed above, with at least 1 of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining-room and/or living-room and/or bedroom). At least 10 per cent of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

Autres magasins d'alimentation

Commerces de détail vendant principalement des produits particuliers pour l'alimentation et que l'on ne peut classer ailleurs, comme, par exemple, les magasins qui offrent à la vente un ou plusieurs types de spécialités tels que les aliments diététiques, du riz, de l'huile d'arachide, du café, du thé et des épices.

Marchandises en général

Grands magasins (à rayons)

Un commerce de détail sera classé comme grand magasin à rayons s'il comporte les caractères suivants:

Il offre à la vente les groupes de marchandises ci-dessous:

- a) **Habillement et vêtements pour la famille.**—Ce groupe se compose de plusieurs des marchandises suivantes, ou de leur totalité: robes, robes d'intérieur, tabliers et tenues de travail pour dames et demoiselles; manteaux et tailleurs pour dames et demoiselles; vêtements de sport pour dames et demoiselles; fourrures; vêtements pour bébés et pour enfants; habillement pour jeunes filles et fillettes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; linge de corps, chapeaux féminins; bonneterie pour dames et demoiselles; gants moufles et accessoires pour dames et demoiselles; chaussures pour dames, demoiselles et enfants; vêtements pour hommes; accessoires d'habillement pour hommes; vêtements et accessoires d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons;

Note: Il faut que le magasin vende au moins 6 des groupes de produits énumérés ci-dessus, et que 1 d'entre eux au moins consiste en vêtements ou en accessoires d'habillement pour hommes et garçons. Vingt p. 100 au moins du chiffre d'affaires du magasin doivent provenir du groupe de l'habillement et des vêtements pour la famille.

- b) **Meubles, appareils et articles d'ameublement ménagers.**—Ce groupe se compose de plusieurs des produits suivants, ou de leur totalité; linge de maison et literie; vaisselle et verrerie; articles d'ameublement; mobilier, articles en bois, rembourrés ou non, pour salles de séjour, salles à manger et chambres à coucher; appareils ménagers importants; postes de télévision et de radio, instruments de musique; quincaillerie et articles ménagers.

Note: Il faut que le magasin vende au moins 4 des groupes de produits énumérés ci-dessus, et que 1 d'eux au moins consiste en mobilier (articles en bois, rembourrés ou non, pour salles de séjour, salles à manger ou pour chambres à coucher). Dix p. 100 au moins du total des ventes doivent provenir du groupe du mobilier, des appareils et des articles d'ameublement ménagers.

(c) **All other (miscellaneous).**—This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares, jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines and food.

Note: The outlet must sell at least 3 different commodity lines with not one of these lines representing more than 50 per cent of the **total** store sales. At least 10 per cent of the outlet's total sales must be derived from the All other or Miscellaneous groups.

For the purposes of this definition, the business done by concessions located in retail outlets will be considered as part of the over-all business of the outlet in which they are located. However, sales of an associated **food department** (or store) should be included only if it is an integral part of the over-all department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated.

Note: Mail Order Offices or Houses of Department Stores and Non-Department Stores no longer exist as separate kinds of business. Mail Order Offices, etc. ... are now assigned to the General Merchandise Stores classification. Non-Department Stores are now assigned to other classifications on the basis of commodity content.

General merchandise stores (less than 33 per cent food)

Establishments primarily engaged in selling piece goods and/or a combination of men's and women's apparel, housewares and house furnishings and other lines in limited amounts. Stores selling commodities covered in the definition for department stores, but which do not have proper departmental accounting, are included in this classification. A general merchandise store may carry a line of grocery items, but these should not exceed one third of total sales. If such a store exceeds 33 per cent, but has less than 67 per cent in total sales of groceries, this store would be classed as a general store.

General stores (more than 33 per cent food)

Retail stores usually located in rural communities and engaged in selling dry goods or apparel, with groceries amounting to 33 per cent to 67 per cent of total sales. In addition, such stores must show sales for at least one other subsidiary line such as hardware, household appliances, gaso-

(c) **Autres (divers).**—Cette catégorie comprend tous les produits vendus par le magasin qui ne sont pas énumérés ci-dessus, tels que: articles de toilette, produits de beauté et médicaments; matériel et fournitures photographiques; tissus vendus à la verge; mercerie, bimbeloterie et bijouterie; articles de sport et de voyage; papeterie, livres, périodiques et denrées alimentaires.

Note: Il faut que le magasin vende au moins 3 des groupes de produits énumérés ci-dessus, sans qu'un seul d'entre eux dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires du magasin. Dix p. 100 au moins du total des ventes du magasin doivent provenir du groupe des articles "autres", ou divers.

En ce qui concerne la présente définition, les ventes des rayons exploités sous le régime de concessions à l'intérieur des magasins de vente au détail sont considérés comme faisant partie de l'ensemble des ventes du magasin où elles ont lieu. Cependant, les ventes d'un rayon (ou d'un magasin) d'**alimentation** annexe ne peuvent être comprises que si le rayon fait partie intégrante de l'ensemble de l'exploitation du grand magasin, et s'il n'est pas présenté au public sous une désignation quelconque le distinguant du magasin auquel il est associé.

Note: Les comptoirs ou bureaux de vente par correspondance des grands magasins et les Magasins autres que les magasins à rayons ne constituent plus des catégories distinctes de magasins. Les Bureaux etc. de vente par correspondance sont désormais classés dans la catégorie des magasins vendant des marchandises en général. Les magasins autres que les magasins à rayons sont désormais classés dans les catégories qui correspondent à leurs produits.

Marchandises en général (moins de 33 p. 100 de produits alimentaires)

Établissements dont l'activité principale consiste à vendre des tissus à la verge, ou un assortiment d'articles d'habillement masculins et féminins, d'articles ménagers et d'ameublement, et d'autres spécialités, en quantité limitée. Il s'agit ici de magasins vendant les mêmes catégories d'articles que les grands magasins, sauf qu'il n'existe pas de comptabilité distincte par rayon. Un magasin de marchandises en général pourra vendre des articles d'épicerie, mais cela ne doit pas dépasser un tiers du total des ventes. Quand un tel magasin vend pour plus de 33 p. 100, mais moins de 67 p. 100 d'articles d'épicerie, il devra être classé dans la catégorie des magasins généraux.

Magasins généraux (plus de 33 p. 100 de produits alimentaires)

Magasins de vente au détail généralement situés dans des localités rurales et dont l'activité porte sur la vente d'articles de mercerie ou d'habillement, en même temps que sur la vente d'articles d'épicerie dans une proportion variant de 33 à 67 p. 100 des ventes totales. De plus, il faut que ces magasins

line, paint, etc. If groceries exceed 67 per cent of the total sales, the store is classed as a grocery store (combination), if less than 33 per cent, it is classed as a general merchandise store.

Variety stores

Retail establishments popularly known as 5 cent-to-a dollar stores, carrying a wide variety of general merchandise in the low and popular price range. However, any description of a business on a returned questionnaire as a 5 cent-to-a dollar store or as a variety store, should never be the criteria for classifying that business as such. Variety stores usually carry a substantial line of apparel such as ready-to-wear dresses, etc. Toiletries, light hardware and electrical plugs and wiring, candy and confectionery, stationery, greeting cards, toys, games, housewares, dishes, costume jewellery, paint and a certain amount of dry goods are also sold. The **major distinction** between the variety store and department store is the lack of furniture, heavy household appliances and sporting goods carried by the variety store. The lines carried are also very similar to those of the general merchandise store with the exception of furniture and heavy household appliances; **but** where the general merchandise store may carry a line of grocery items, the variety store with the possible exception of a bakery goods department, does not. A variety store should carry most of the lines mentioned above, but no one line, e.g., women's ready-to-wear dresses, paint, electrical goods, etc., should exceed 50 per cent of the total trade. If such should be the case, the store would be classified to the classification applicable to that commodity. The major share of this business is in the chain store field, e.g., Woolworth's, Kresge's, etc.

Automotive Group

Motor vehicle dealers (new cars)

A retail business with a factory franchise authorizing the sale of new motor vehicles, parts and accessories. Used car sales, service and repair facilities and paint and body shops, form a normal part of such a business and their predominance or lack of it, in no way affects **this** classification as long as the business is an authorized factory outlet for new motor vehicles.

aient enregistré des ventes portant au moins sur un autre groupe accessoire de produits, tels que quincaillerie, appareils ménagers, essence, peinture, etc. Si la vente d'articles d'épicerie dépasse 67 p. 100 du total, le magasin sera classé comme épicerie-boucherie, et si elle n'atteint pas 33 p. 100, le magasin sera classé comme magasin de marchandises en général.

Bazars

Magasins de vente au détail souvent appelés magasins à prix unique, ou l'on trouve une grande variété de marchandises de toute sorte à bas prix. Un magasin ne devra jamais être classé dans la catégorie des bazars pour la seule raison que les questionnaires retournés décrivent le genre de commerce comme étant un magasin à prix unique ou un bazar. En effet, les bazars offrent en général à la vente une forte proportion d'articles d'habillement, tels que les vêtements de confection, etc. On y vend également des articles de toilette, des articles courants de quincaillerie et des prises de courant et fils électriques, des bonbons et de la confiserie, de la papeterie, des cartes de vœux, des jouets, des jeux, des articles ménagers, de la vaisselle, des bijoux de fantaisie, de la peinture et certains articles de mercerie. La **principale différence** entre un bazar et un grand magasin consiste en ce que le premier ne vend ni mobilier, ni gros appareils ménagers ni articles de sport. Le genre de produits qui y sont offerts ressemble également à celui des magasins vendant des marchandises en général, sauf en ce qui concerne le mobilier et les gros appareils ménagers; **mais** alors qu'un magasin vendant des marchandises diverses peut comporter un rayon d'épicerie, le bazar, lui, n'en comporte pas, sinon qu'il peut vendre certains produits de boulangerie. Dans un bazar, on doit pouvoir trouver la plupart des groupes de produits mentionnés ci-dessus, sans qu'un seul de ces groupes (comme, par exemple, les robes de confection, la peinture, ou le matériel électrique, etc.) puisse dépasser 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Si tel était le cas, le magasin serait à classer dans la catégorie correspondant au produit en question. La majeure partie des établissements de ce type appartient à une chaîne de magasin comme Woolworth's, Kresge's, etc.

Automobile

Concessionnaires d'automobiles (véhicules neufs)

Magasin de vente au détail détenant une concession d'un constructeur lui permettant de vendre des véhicules automobiles neufs, des pièces détachées et des accessoires. La vente de voitures d'occasion, l'exploitation d'ateliers d'entretien, de réparation, de peinture et de carrosserie font normalement partie d'un commerce de ce genre, et le fait que ces activités soient prédominantes, ou totalement inexistantes, n'affecte en rien le classement dans la **présente** catégorie s'il s'agit bien d'un concessionnaire agréé par le constructeur pour la vente de véhicules automobiles neufs.

Used car dealers

Retail businesses primarily engaged in the sale of used motor vehicles and which are independent enterprises having no proprietary connection with a new motor vehicle agency. The business transacted by used car lots in conjunction with a new car agency is included in the report of the new car establishment. The occasional new model, however, may be sold by used car dealers.

Accessories, tire and battery shops

Retail stores primarily engaged in the over the counter sale of automotive parts, accessories, tires, batteries, radios and occasionally gas and oil. Such establishments may also include service and repairs, but receipts from the sale of automotive parts, batteries, tires, radios, etc., excluding gas, oil and service work, should exceed 50 per cent of the total trade.

Home and auto supply stores

Retail stores engaged in selling a combination of lines of merchandise, including automotive parts, accessories, tires, batteries, radios, etc., plus household appliances, television sets, sporting goods, toys, housewares and hardware. This classification is new in this census; many such stores were previously defined as accessories, tire and battery stores. Prime examples of such stores are "Canadian Tire Stores", "Firestone Stores", "Western Tire and Auto", etc. **However**, the criterion for classifying such a business to this category is the substantial inclusion of items other than automotive parts and accessories to the list of commodities they sell.

Service stations

Retail businesses selling mainly gas, oil, parts and accessories, tires and tubes and also performing service and repairs. The sale of gas and oil, parts and accessories must, combined, exceed 50 per cent of total trade with gas and oil predominant over parts and accessories. This classification includes the combination of restaurant, snack bar or cabins with service stations, where the service station is the major activity.

Garages (service)

Businesses engaged in repairing motor vehicles. This includes garages where gas and oil and limited amounts of parts and accessories are

Vendeurs d'automobiles d'occasion

Commerce de détail vendant principalement des véhicules automobiles usagés, ayant le statut d'une entreprise indépendante et n'entretenant aucune relation d'appartenance avec un concessionnaire de véhicules neufs. Les opérations commerciales des parcs de voitures d'occasion dépendant d'une concession de véhicules neufs doivent être déclarées par le concessionnaire d'automobiles neuves. Il est toutefois possible qu'un marchand d'automobiles d'occasion vende exceptionnellement un véhicule neuf.

Accessoires, pneus et accumulateurs

Commerce de détail dont l'activité consiste à vendre au comptoir des pièces détachées, des pneumatiques, des accumulateurs, des postes de radio, et parfois de l'essence et de l'huile pour automobiles. De tels établissements peuvent également assurer l'entretien et faire des réparations, mais il faut que les recettes provenant de la vente de pièces détachées, d'accumulateurs, de pneumatiques, de postes radio, etc. pour automobile, à l'exclusion de l'essence, de l'huile et de l'entretien, représentent plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Fournitures de maison et d'automobile

Commerce de détail dont les activités consistent dans la vente de plusieurs groupes de produits, parmi lesquels on trouve des pièces détachées, des accessoires, des pneumatiques, des accumulateurs, des postes de radio, etc. pour l'automobile ainsi que, des appareils ménagers, des postes de télévision, des articles de sport, des jouets, des ustensiles de ménage et de la quincaillerie. Il s'agit ici d'une nouvelle catégorie: bon nombre des magasins de ce type étaient autrefois classés dans la catégorie "accessoires, pneus et accumulateurs". Comme principaux exemples de ce type de magasin on peut citer: "*Canadian Tire*", "*Firestone*", "*Western Tire and Auto*", etc. **Toutefois**, le critère qui fera classer un magasin dans la présente catégorie est bien le fait que la liste des produits qu'il vend comprend une proportion appréciable de produits autres que des pièces détachées et accessoires d'automobile.

Stations-service

Commerces de détail vendant principalement de l'essence, de l'huile, des pièces détachées et accessoires, des pneumatiques et des chambres à air, et assurant en outre l'entretien et la réparation. L'ensemble des ventes d'essence et d'huile et de pièces détachées et accessoires devra être supérieur à 50 p. 100 du chiffre d'affaires total, avec une prédominance des ventes d'essence et d'huile sur celles de pièces et accessoires. Cette catégorie comprend également les stations-service auxquelles est associée l'exploitation d'un restaurant, d'un service de repas rapides ou de cabines pour touristes, à condition que la station-service proprement dite constitue l'activité principale.

Garages (entretien)

Commerce dont l'activité consiste à réparer des véhicules automobiles. Comprend les garages qui vendent de l'essence et de l'huile et une quantité

sold. Receipts for repair work, however, must constitute at least 50 per cent of total trade. This classification also includes repair shops where no merchandise is sold separately from the repair work.

Paint and body shops

Retail shops mainly engaged in repairs to **auto bodies**, or in painting and refinishing automobiles. Also included may be repairs to radiators, tops and springs, etc.; accessories, parts, gas and oil are sometimes sold, but body repair and/or painting must represent at least 50 per cent of receipts.

Other specialty repair shops

Retail shops specializing in the repair or sale and replacement of mufflers, radiators, ignitions, upholstery, etc. The sale of the parts and accessories necessary for the repair or replacement work done, in many cases, constitutes a necessary part of this business. Other shops such as those engaged in crankshaft grinding, front end alignment, etc., are also included in this classification. Gas and oil may be sold, but the major activity, the sale, repair or replacement work should exceed 50 per cent of the total receipts.

Note: This classification is only valid for those shops engaged in doing repair and replacement work in addition to selling the parts and accessories necessary for the work. If engaged in retailing parts and accessories over the counter to the consumer rather than using them for replacement and repair work, and if this constituted their major activity, such a shop would then be classified as an "accessories, tire and battery shop". The reason for the above clarification is that many "accessories, tire and battery shops" engage in a certain amount of repair work, but should not be confused with specialty repair shops.

Car wash

Businesses primarily engaged in car wash, polishing, simonizing, porcelainizing, etc., generally of the "minute car wash" type.

Other automotive businesses

Included here are unusual combinations of businesses which cannot be classified to any one individual trade description.

restreinte de pièces détachées et d'accessoires. Les recettes provenant de la réparation doivent cependant constituer au moins 50 p. 100 de l'ensemble des affaires. Cette catégorie comprend également les ateliers de réparation qui ne vendent aucune marchandise sauf à l'occasion des réparations proprement dites.

Ateliers de peinture et de réparation de carrosseries

Établissement de détail se consacrant principalement à la réparation de **carrosseries** d'automobile, ou à la peinture et à la remise en état d'automobiles. Peut également comprendre la réparation de radiateurs, de capotes et de ressorts, etc; ces établissements vendent parfois des accessoires, des pièces détachées, de l'essence et de l'huile, mais il faut que les travaux de carrosserie ou de peinture représentent au moins 50 p. 100 des recettes.

Autres ateliers de réparation spécialisés

Commerces de détail spécialisés dans la réparation ou la vente et la pose de silencieux, de radiateurs, de systèmes d'allumage, de garnitures intérieures de voitures, etc. La vente de pièces détachées ou d'accessoires à l'occasion de la réparation ou de la pose constitue souvent une condition indispensable de ce genre d'entreprise. Cette catégorie comprend également d'autres ateliers, tels que ceux qui sont spécialisés dans la rectification de vilebrequins, le réglage du train avant, etc. Il se peut également que l'établissement vende de l'essence et de l'huile, mais il faut que son activité principale, c'est-à-dire la vente, la réparation ou les travaux de pose, représentent plus de 50 p. 100 du total des recettes.

Note: La présente catégorie ne s'applique qu'aux ateliers dont l'activité comporte effectivement des travaux de réparation et de pose en plus de la vente des pièces détachées et accessoires que ces travaux nécessitent. S'il s'agit d'un établissement se consacrant davantage à la vente au comptoir de pièces et d'accessoires à des consommateurs qu'à l'utilisation de ces pièces pour travaux de réparation ou de pose, l'atelier en question se verrait classé dans la catégorie des "accessoires, pneus et accumulateurs". Cet éclaircissement s'impose du fait que bon nombre d'établissements de la catégorie des "accessoires, pneus et accumulateurs" se chargent de certaines réparations, mais ne doivent en aucun cas être confondus avec les ateliers de réparation spécialisés.

Lavage d'automobiles

Commerces dont l'activité principale consiste à laver, polir, cirer, repolir, etc. des automobiles, généralement du type "lavage express".

Autres commerces de l'automobile

Cette catégorie groupe toutes les combinaisons peu répandues d'activités, que l'on ne saurait classer dans aucune catégorie spécialisée bien précise.

Apparel and Accessories Group

Men's and boys' clothing stores

Retail stores selling mainly men's and boys' ready-made clothing such as overcoats, top-coats, suits and work clothing. As a subsidiary line, accessories and furnishings such as hats, shoes, underwear, shirts, gloves, hosiery, etc., may be carried. However, clothing must exceed 50% of the total trade in order that the business be so classified. If accessories and furnishings exceed 50 per cent of the total trade, the business would be classified men's and boys' furnishings stores.

Men's and boys' furnishings stores

Retail stores selling mainly men's and boys' accessories and furnishings such as underwear, neckwear, shirts, gloves, hosiery, etc., clothing such as overcoats, suits, work clothing, etc., may be carried as a subsidiary line, but accessories and furnishings must exceed 50 per cent of the total trade for the business to be so classified.

Men's and boys' hat stores

Retail stores specializing in the sale of men's and/or boys' hats or caps. Neckwear and other furnishings are sometimes carried.

Women's and misses' ready-to-wear stores

Retail stores selling mainly women's and misses' ready-to-wear coats, suits and dresses, subsidiary lines such as accessories including hosiery, lingerie, gloves, etc., and limited amounts of children's clothing and piece goods may be carried, but the sale of ready-to-wear coats, suits and dresses must exceed 50 per cent of the total trade to be so classified.

Women's and misses' lingerie and hosiery stores

Retail stores specializing in the sale of women's and misses' foundation garments, negligees, slips, brassieres, underwear, nightgowns, etc., they may also sell such accessories as gloves, handbags, knitted goods, etc., but lingerie, hosiery, etc., must exceed 50 per cent of the total trade in order that the business be so classified.

Vêtements et accessoires d'habillement

Vêtements pour hommes et garçonnets

Commerces de détail vendant principalement des vêtements de confection pour hommes et garçonnets, tels que manteaux, pardessus, costumes et vêtements de travail. En plus, ces magasins peuvent également offrir des accessoires d'habillement tels que chapeaux, chaussures, sous-vêtements, chemises, gants, bas et chaussettes, etc. Les vêtements de dessus doivent toutefois représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires total pour que l'établissement puisse être classé dans cette catégorie. Quand les accessoires d'habillement constituent plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires, l'établissement sera classé dans la catégorie des accessoires d'habillement pour hommes et garçonnets.

Accessoires d'habillement pour hommes et garçonnets

Commerces de détail vendant principalement des accessoires et articles d'habillement pour hommes et garçonnets, tels que sous-vêtements, écharpes, cravates, chemises, gants, bas et chaussettes, etc. Ces magasins peuvent également vendre un certain nombre de vêtements, tels que pardessus, costumes, vêtements de travail, etc., mais il faut que les accessoires et articles d'habillement représentent plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires total pour que l'établissement puisse être classé dans cette catégorie.

Chapellerie pour hommes et garçonnets

Commerces de détail spécialisés dans la vente de chapeaux ou de casquettes pour hommes et garçonnets. Peut également comporter la vente d'écharpes, de cravates et d'autres accessoires d'habillement.

Confection pour dames et demoiselles

Commerces de détail vendant principalement des manteaux, tailleurs, et robes de confection pour dames et demoiselles, et pouvant offrir, en outre, d'autres genres d'accessoires tels que bas, lingerie, gants, etc., ainsi qu'une quantité restreinte de vêtements pour enfants et des tissus à la verge, mais il faut toujours que la vente de manteaux, tailleurs et robes de confection représente plus de 30 p. 100 du chiffre d'affaires total pour que l'établissement puisse être classé dans cette catégorie.

Lingerie à bonneterie pour dames et demoiselles

Commerces de détail spécialisés dans la vente de corsets et gaines, de robes d'intérieur, de culottes, de soutiens-gorge, de linge de corps, de robes de chambre, etc. pour dames et demoiselles ainsi que des accessoires tels que gants, sacs à main, tricotés, etc., mais il faut toujours que la vente de lingerie, de bonneterie, etc. représente plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires pour que l'établissement puisse être classé dans cette catégorie.

Millinery stores

Retail establishments specializing in the sale of women's ready-made and/or custom-made hats, including hat frames and trimmings. They may include a limited amount of other accessories.

Furriers and fur stores

Retail stores selling mainly ready-made and/or custom-made fur coats and other fur apparel. Retail stores belonging to manufacturing furriers are included in this classification, but only the selling activity of such businesses will be included in retail trade. Repairing, remodelling and storing of furs and fur apparel may be included as part of the business of such stores, provided receipts from such sources are less than 50 per cent of the total trade. If in excess, such stores will be classified to services.

Women's and misses' accessories and other apparel stores

Retail stores selling mainly women's accessories such as gloves, handbags, costume jewelry, etc., and other miscellaneous apparel such as knitted goods, woollens, blouses, etc.

Children's and infants' wear stores

Retail stores specializing in the sale of children's and/or infants' clothing, furnishings and accessories. The sale of these lines should constitute at least 50 per cent of the total trade.

Family clothing and furnishings stores

Retail stores selling mainly men's and boys', women's and misses', children's and infants' clothing and furnishings, the sales of which should equal or exceed 50 per cent of the total trade. Other items may include piece goods, notions, house furnishings, footwear, etc. Children's and infants' clothing are not a necessary criterion for this classification.

Men's and boys' shoe stores

Retail stores selling mainly men's and boys' footwear, and frequently carrying hosiery, luggage, polishes and other accessories. However, footwear should exceed 50 per cent of the total trade.

Women's and misses' shoe stores

Retail stores selling mainly women's and misses' footwear and frequently carrying hosiery, gloves, handbags and other accessories. However, footwear should exceed 50 per cent of the total trade.

Modistes

Commerces de détail spécialisés dans la vente de chapeaux pour dames, de confection ou faits sur mesure, y compris la vente de formes et de garnitures. Peut également comprendre un nombre limité d'autres accessoires.

Fourreurs et magasins de fourrure

Commerces de détail vendant principalement des manteaux et d'autres vêtements de fourrure de confection ou faits sur mesure. Les magasins de vente de fourrures appartenant à des fabriques de fourrures sont compris dans la présente catégorie, mais seules leurs activités de vente ont été reprises pour le commerce de détail. Ces magasins peuvent également se charger de la réparation, de la transformation et de la garde de fourrures et de vêtements en fourrure, sans que les recettes de ces activités puissent dépasser 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Dans le cas contraire, ces magasins seraient considérés comme prestataires de services.

Accessoires et autres vêtements féminins

Commerces de détail vendant principalement des accessoires d'habillement pour dames tels que gants, sacs à mains, bijoux de fantaisie, etc., et autres articles d'habillement divers tels que tricot, lainages, blouses, etc.

Vêtements pour enfants et bébés

Commerces de détail spécialisés dans la vente de vêtements, d'articles et d'accessoires pour enfants ou pour bébés. La vente de ces groupes doit représenter au moins 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Vêtements et accessoires d'habillement pour la famille

Commerces de détail vendant principalement des vêtements et des accessoires d'habillement pour hommes, garçonnet, dame, demoiselle, enfant et bébé, pour un total égal ou supérieur à 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Parmi d'autres articles, on peut trouver des tissus à la verge, des articles de mercerie, des articles d'ameublement, des chaussures, etc. Le fait qu'il y ait ou non des vêtements pour enfants et bébés n'est pas un critère essentiel pour le classement dans cette catégorie.

Chaussures pour hommes et garçonnet

Commerces de détail vendant principalement des chaussures et bottes pour hommes et garçonnet, et offrant souvent des bas et chaussettes, des articles de voyage, du cirage et d'autres accessoires. Il faut cependant que la vente de chaussures et bottes soit supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Chaussures pour dames et demoiselles

Commerces de détail vendant principalement des chaussures et bottes pour dames et demoiselles, et offrant souvent des bas et chaussettes, des gants, des sacs à main et d'autres accessoires, la vente de chaussures et bottes étant supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Children's and infants' shoe stores

Retail stores selling mainly children's and infants' footwear; accessories such as hosiery, gloves, etc., may be carried as an additional line, but footwear alone exceeds 50 per cent of the total sales.

Family shoe stores

Retail stores selling mainly men's and boys', women's and misses', children's and infants' footwear and frequently carrying hosiery, gloves, handbags, luggage, leather goods and other accessories. However, footwear should exceed 50 per cent of the total trade.

Custom tailors

Retail stores selling for men and boys and/or women and misses, mainly suits and similar clothing (excluding fur apparel) made-to-measure on the premises to individual order. Made-to-measure clothing should constitute at least 50 per cent of the total trade. Selling ready-made clothing and cleaning and pressing, altering or repairing clothing may also be carried out by such stores, but should not exceed 50 per cent of the total trade.

Second-hand clothing

Retail stores selling a general line of second-hand clothing at least to the extent of 50 per cent of the total trade.

Piece goods stores

Retail stores selling mainly piece goods and other textile material intended for making into apparel. Included here are "mill end" stores of textile plants. If fabrics for draperies and curtains exceed 50 per cent of the total trade, the store is classed under the home furnishings group.

Other apparel and accessories stores

Retail stores selling mainly lines of apparel and accessories not specifically defined elsewhere, such as bathing suits, uniforms, playsuits and other beach wear, riding apparel and other sport wear, raincoats and umbrellas, etc.

Hardware and Home Furnishings Group

Hardware stores

Retail stores selling mainly typical hardware lines such as builders' hardware or shelf hardware, carpenters' and mechanics' tools, etc. Other items

Chaussures pour enfants et bébés

Commerces de détail vendant principalement des chaussures pour enfants et bébés; peuvent également comporter la vente, à titre complémentaire, d'accessoires tels que bas et chaussettes, gants, etc., mais la vente de chaussures doit être supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Chaussures pour la famille

Commerces de détail vendant principalement des chaussures pour hommes, garçonnets, dames, demoiselles, enfants et bébés, et souvent des bas et chaussettes, des gants, des sacs à main, des articles de voyage, des articles en cuir et d'autres accessoires. Il faut toutefois que la vente de chaussures soit supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Vêtements sur mesure

Commerces de détail vendant principalement des costumes, tailleurs et autres pièces d'habillement analogues (fourrure exclue) à l'usage des hommes et garçonnets ou des dames et demoiselles, et exécutés sur mesure et à la commande dans les locaux mêmes du magasin. Les vêtements sur mesure doivent constituer au moins 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Ces magasins peuvent également se charger de la vente de vêtements de confection, de nettoyage, de repassage, de transformation ou de raccommodage de vêtements, mais sans que ces activités excèdent 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Vêtements usagés

Commerces de détail vendant une variété de vêtements d'occasion, dans une proportion au moins égale à 50 p. 100 du chiffre d'affaires total.

Tissus à la verge

Commerces de détail vendant principalement des tissus à la verge, et d'autres étoffes destinés à la confection de vêtements. Cette catégorie comprend les magasins vendant les "fins de séries" des fabricants de tissus. Quand un magasin vend des tissus pour tentures et rideaux dans une proportion qui dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires, il se trouve classé dans la catégorie des articles d'ameublement.

Autres vêtements et accessoires

Commerces de détail vendant principalement divers vêtements et accessoires non repris ailleurs, tels que costumes de bain, uniformes, vêtements de jeu et autres vêtements de plage, vêtements d'équitation et autres vêtements de sport, parapluies et imperméables, etc.

Quincaillerie et articles d'ameublement

Quincailleries

Commerce de détail vendant principalement des produits courants de quincaillerie, du genre quincaillerie de bâtiment ou petite quincaillerie, de l'outil-

usually include paints and varnishes in appreciable quantities, household appliances, electrical appliances, farm tools, kitchenware, radios and sporting goods.

Paint, glass and wallpaper stores

Retail stores selling mainly paint, glass, wallpaper and related lines such as polishes, floor waxes and occasionally mirrors and picture frames. To be classified here, over 50 per cent of the sales of the store must be to household users rather than to industrial or commercial users. If the sales to the latter types of buyers predominate, then the business is classified as wholesale. Also, many of these store operators are contractors and are using the greater part of their own products to carry out their contracting work. In this case, where contracting is obviously the major activity, the business is out of scope.

Furniture stores

Retail stores selling mainly household furniture. Other items may include home furnishings such as mattresses, floor coverings, curtains and draperies, household appliances, radios and T.V. sets, portable electrical appliances, china and glassware, pictures and ornaments, but furniture should exceed 50 per cent of the total trade.

Household appliance stores

Retail stores selling mainly household appliances, either gas or electric. The following are some of the principal household appliances: refrigerators, stoves, washing machines, sewing machines, vacuum cleaners, mixmasters, electric irons, percolators, toasters, hot plates, etc. Other items may include furniture and home furnishings, radios and television sets, but household appliances should exceed 50 per cent of the total trade.

T.V. sales and service shops

Retail stores primarily engaged in T.V. sales and service, but may include sales and service of radios, tape recorders, record players, etc. Receipts from sales of television sets must exceed 50 per cent of total sales.

Furniture, television, radio and appliance stores

Retail stores selling a combination of three or more of the lines of furniture and home furnishings: household appliances; and radio and

lage pour la menuiserie et la mécanique, etc. Généralement, on y trouve également de la peinture et des vernis en quantité, des appareils ménagers, des appareils électriques, de l'outillage agricole, du matériel de cuisine, des postes radio et des articles de sport.

Peinture, vitres et papier peint

Commerces de détail vendant principalement de la peinture, du verre à vitres, du papier de tenture, et des articles analogues tels que cirage, cire et parfois des miroirs et des cadres. Pour qu'un magasin puisse être classé dans cette catégorie, il faut que 50 p. 100 au moins de ses ventes s'adressent à des consommateurs ménagers, plutôt qu'à des utilisateurs commerciaux ou industriels. Quand c'est principalement à cette dernière clientèle que le magasin s'adresse, il est classé parmi les commerçants en gros. En outre, bon nombre d'exploitants de ce genre de magasins sont eux-mêmes entrepreneurs, et utilisent la majeure partie de leurs propres produits à l'occasion des activités de leur entreprise. Dans ce dernier cas, quand il est évident que les travaux de l'entreprise prennent une part prédominante, l'affaire en question n'entre pas dans le cadre du présent recensement.

Meubles

Commerces de détail vendant principalement des meubles de maison. On peut également y trouver des articles d'ameublement tels que matelas, revêtements de sol, rideaux et tentures, appareils ménagers, postes de radio et de télévision, appareils électriques portatifs, vaisselle et verrerie, tableaux et ornements, mais le mobilier doit représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Appareils ménagers

Commerces de détail vendant principalement des appareils ménagers fonctionnant au gaz ou à l'électricité. Les appareils ménagers comprennent entre autres: les réfrigérateurs, les cuisinières, les machines à laver, les machines à coudre, les aspirateurs, les malaxeurs, les fers à repasser électriques, les cafetières électriques, les grille-pain, les plaques chauffantes, etc. On peut également y trouver du mobilier et des articles d'ameublement, mais les appareils ménagers doivent représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Vente et réparation de téléviseurs

Commerces de détail se chargeant principalement de la vente et de la réparation de postes de télévision, mais pouvant également s'occuper de la vente et de la réparation de postes de radio, de magnétophones, de tourne-disques, etc. Il faut que les recettes provenant de la vente de téléviseurs soient supérieures à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Meubles, téléviseurs, radios et appareils ménagers

Commerces de détail vendant au moins trois des groupes de produits appartenant à la catégorie des meubles et articles d'ameublement, des appareils

T.V. sets, including pianos and musical instruments, but no one line should exceed 50 per cent of the total trade. If any one line should exceed 50 per cent of total trade, the store should be classified to the classification pertinent to that line.

Television, radio and hi-fi stores

Retail stores selling mainly television sets, radios and hi-fi sets, some sheet music, records and other musical supplies and accessories may be carried, but television, radios and hi-fi sets combined must exceed 50 per cent of the total sales.

Television and radio repair shops

Retail shops mainly engaged in the repair and service of television and radio sets. There may also be repairs and services to record players and tape recorders. Sales and rentals of these commodity lines are often included, but the repair and service receipts should constitute at least 51 per cent of the total trade.

Household appliance repair shops

Retail shops engaged in the repair and service of household appliances such as washing machines, refrigerators, vacuum cleaners, etc. There may also be repairs of electrical equipment such as radios, television sets, record players, etc., but receipts from repairs and services to household appliances should constitute 51 per cent of total trade.

Electrical supply stores

Retail stores selling mainly electrical lighting fixtures, lamps and shades, electrical wiring material, incandescent lamps and portable electrical household appliances.

China, glassware and kitchenware stores

Retail stores selling mainly any of the following items: china, glassware, cutlery, crockery and kitchenware. Other items may include brassware, woodenware and silverware.

Floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores

Retail stores selling mainly, either singly or in combination, any of the following lines: floor coverings such as rugs, carpets, linoleums and other related lines such as curtains and draperies, upholstery, mattresses and cushions, brasswork, blinds, etc.

ménagers, et des téléviseurs et des postes de radio, y compris les pianos et autres instruments de musique, sans que l'un de ces groupes dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires total. Si l'un des groupes de produits dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires, il y a lieu de classer le magasin dans la catégorie correspondante.

Téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité

Commerces de détail vendant principalement des téléviseurs, des postes de radio, et des appareils de haute fidélité. On peut aussi y trouver des cahiers de musique, des disques et d'autres fournitures et accessoires pour la musique, mais l'ensemble des téléviseurs, récepteurs radio, et chaînes de haute fidélité doit représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Réparation de téléviseurs et de radios

Commerces de détail se chargeant principalement de la réparation et de l'entretien des téléviseurs et des postes radio. On peut également y trouver un service de réparation de tourne-disques et magnétophones. Souvent, cela comporte la vente et la location de ces articles, mais il faut que les recettes de la réparation et de l'entretien constituent au moins 51 p. 100 du chiffre d'affaires.

Réparation d'appareils ménagers

Commerces de détail se chargeant de la réparation et de l'entretien d'appareils ménagers, tels que machines à laver, réfrigérateurs, aspirateurs, etc. On peut également y trouver un service de réparation d'appareils électriques tels que postes de radio, téléviseurs, tourne-disques, etc., mais il faut que les recettes provenant de la réparation et de l'entretien d'appareils ménagers constituent au moins 51 p. 100 du chiffre d'affaires.

Fournitures électriques

Commerces de détail vendant principalement des appareils d'éclairage électrique, des lampes et abat-jour, du matériel pour canalisations électriques, des lampes à incandescence et des appareils électroménagers portatifs.

Vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine

Commerces de détail vendant principalement l'un des articles suivants: vaisselle, verrerie, coutellerie, poterie et ustensiles de cuisine. On peut également y trouver de la dinanderie, des ustensiles en bois et de l'argenterie.

Revêtement de sol, rideaux, tapisserie et décoration intérieure

Commerces de détail vendant un ou plusieurs des produits suivants: revêtements de sol tels que tapis, moquette, linoleum et autres articles analogues, tels que rideaux et tentures, meubles rembourrés matelas et coussins, cuivres, stores etc.

Pictures and picture framing stores

Retail stores selling primarily pictures, picture framing and artists supplies. This category also includes stores solely engaged in picture framing. Pictures and picture framing, combined or singly, must exceed 50 per cent of the total trade. If artists supplies exceed 50 per cent, store must be classified to artists supply store (Code 690).

Antique stores

Retail stores selling primarily antique furniture, home furnishings, glassware, china and objects of art.

Second-hand furniture stores

Retail stores selling primarily second-hand furniture. Most stores in this category are designated so by name.

Other home furnishings stores

Retail stores selling primarily merchandise which comes under the broad description of home furnishings, but does not fit into any of the individual classification given above. Such items generally sold include flags, banners, window shades, venetian blinds, aluminum doors and windows, lawn decorations, lawn furnishings, mirrors, brushes and brooms, plastic commodities, awnings, etc. Some of these stores may be retail outlets of manufacturers, such as those selling awnings, venetian blinds, aluminum doors and windows, etc.

Other Retail Stores Group

Drug stores, without restaurant

Retail stores selling mainly prescription drugs, patent medicines, drug sundries, cosmetics and toilet articles and preparations, tobacco, books, magazines and other novelties. Soft drinks and ice cream may be handled from a box cooler, but a soda fountain does not form part of the establishment.

Drug stores, with restaurant

Retail stores same as above, but including a restaurant, lunch or soda fountain counter.

Patent medicine, perfume and cosmetic and proprietary stores

Retail stores selling primarily proprietary brands of patent medicines, perfumes, cosmetics,

Tableaux et cadres

Commerces de détail vendant principalement des tableaux, des cadres pour tableaux et des fournitures pour artistes. Cette catégorie comprend également les magasins qui se chargent exclusivement d'encadrer des tableaux. Les tableaux et cadres doivent représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Si les fournitures pour artistes dépassent 50 p. 100, le magasin devra être classé dans la catégorie des fournitures pour artistes (code 690).

Antiquités

Commerces de détail vendant principalement des meubles anciens, des articles d'ameublement, de la verrerie, de la vaisselle, et des objets d'art anciens.

Meubles d'occasion

Commerces de détail vendant principalement des meubles d'occasion. La plupart des magasins de cette catégorie sont clairement désignés comme tels.

Autres articles d'ameublement

Commerces de détail vendant principalement des marchandises que l'on peut, de façon générale, qualifier d'articles d'ameublement, mais que l'on ne saurait faire entrer dans une des catégories décrites ci-dessus. Parmi ces articles, on trouve les drapeaux, pavillons, stores, stores vénitiens, portes et fenêtres en aluminium, articles pour la décoration des pelouses, fournitures pour les pelouses, miroirs, brosses et balais, articles en matière plastique, auvents etc. Certains de ces magasins sont en fait des comptoirs de vente du fabricant, comme c'est le cas pour la vente d'auvents, de stores vénitiens, de portes et fenêtres en aluminium, etc.

Autres magasins de vente au détail

Pharmacies, sans restaurant

Commerces de détail vendant principalement des médicaments sur ordonnance, des spécialités pharmaceutiques, des articles pharmaceutiques divers, des produits et préparations de beauté et d'hygiène, du tabac, des livres, des périodiques, et d'autres articles de nouveauté. L'établissement peut vendre des boissons non alcoolisées conservées dans un appareil frigorifique, mais il ne peut pas y avoir de comptoir de vente pour ces boissons.

Pharmacies, avec restaurant

Mêmes magasins que dans la catégorie précédente, sauf qu'ils comportent un restaurant, un comptoir servant des repas rapides ou des boissons non alcoolisées.

Médicaments brevetés et spécialisés, parfums, et produits de beauté

Commerces de détail vendant principalement des spécialités pharmaceutiques de marque déposée, des

health foods, extracts, etc., such as Templeton's T.R.C. remedies. Stores in this classification do not sell prescribed medicines.

Fuel oil dealers

Retail dealers selling mainly oil for household consumption. Coal, wood, bottled gas and ice may also be sold in minor quantities. This classification includes truck consignee agents.

Fuel dealers (other than oil)

Retail dealers selling mainly coal, firewood, bottled gas or other fuels (except oil). Lumber and building materials and ice often form additional lines. Businesses selling these additional lines are classified as fuel dealers (other than oil), providing the sale of fuel amounts to at least 50 per cent.

Government liquor stores

Retail stores maintained by provincial governments and selling exclusively alcoholic beverages such as ale, beer, wine and spirits for consumption off the premises.

Brewers' retail stores

Retail establishments maintained by brewery companies chiefly in the province of Ontario, for the sale of their beer and ale products for consumption off the premises. The retail business operated from brewers' warehouses is included in this classification.

Wine stores

Retail stores chiefly maintained by manufacturing wineries for the sale of wine products for consumption off the premises.

Jewellery stores

Retail stores selling primarily jewellery, silverware, clocks and watches. Additional lines carried are optical goods, leather goods, china, gifts and novelties. Receipts from repairs may also constitute an important source of revenue, but should not constitute more than 50 per cent of the total trade. Further, jewellery, silverware, clocks, watches, rings, etc., must, combined, predominate over the sales of any additional lines such as optical goods, leather goods, novelties, etc.

Jewellery repair shops

Retail businesses primarily engaged in the repair and service of watches and jewellery. Also included may be repairs to optical goods, but the

parfums, des produits de beauté, des aliments de régime, des extraits, etc., tels que les remèdes *Templeton's T.R.C.* Les magasins de cette catégorie ne délivrent aucun médicament sur ordonnance.

Huile de chauffage

Détaillants vendant principalement de l'huile de chauffage à usage domestique. On peut également y trouver du charbon, du bois, des bouteilles de gaz et de la glace en petite quantité. Cette catégorie comprend également les agents consignataires de camions-citerne.

Combustibles autres que l'huile

Détaillants vendant principalement du charbon, du bois de chauffage, des bouteilles de gaz et d'autres combustibles (huile de chauffage exceptée). Souvent on y trouve également du bois et des matériaux pour la construction et de la glace. Ces détaillants sont classés dans la catégorie "combustibles autres que l'huile", à la condition que la vente de combustibles atteigne au moins 50 p. 100.

Régie des alcools

Commerces de détail exploités par les administrations publiques provinciales et assurant exclusivement la vente de boissons alcoolisées telles que bière, ale, vins et spiritueux à emporter.

Comptoirs de vente des brasseries

Commerces de détail exploités par les brasseries, particulièrement en Ontario, et assurant la vente de leur propre production de bière et d'ale à emporter. Les comptoirs de vente au détail exploités conjointement avec les dépôts des brasseries sont compris dans cette catégorie.

Vins

Commerces de détail exploités par les producteurs de vin et assurant la vente de produits vinicoles à emporter.

Bijouteries

Commerces de détail vendant principalement des bijoux, de l'argenterie, des montres et horloges. On peut également y trouver des articles d'optique, des articles en cuir, de la vaisselle, des cadeaux et des articles de nouveauté. Il arrive également que les recettes provenant de la réparation constituent une source importante de revenus, mais elles doivent représenter moins de 50 p. 100 du chiffre d'affaires. De plus, il faut que les bijoux, l'argenterie, les montres, horloges, bagues, etc. prennent une part plus importante que les ventes d'articles secondaires, tels que les articles d'optique, les articles en cuir, les articles de nouveauté, etc.

Réparation de bijoux

Commerces de détail se chargeant principalement de la réparation et de l'entretien de montres et de bijoux. Peut également comporter la réparation d'ar-

receipts from repairs and services to watches and jewellery must exceed 50 per cent of the total trade.

Sporting goods stores

Retail stores selling primarily a general or special line of sporting goods and equipment such as required for gymnasium, playground, or for hunting, fishing, riding, skiing or for various games like golf, hockey, tennis, baseball, etc. Minor quantities of toys, indoor games and sports clothing are also sold and repair work is sometimes carried out, but the receipts from such work must not exceed 50 per cent of the total trade.

Boats, outboard motors, boating accessories

Retail businesses selling primarily boats, motor boats, canoes, outboard motors, yachts and marine accessories. The sale of gasoline and oil is also included and repair work may also be performed, but receipts from the sale of the major lines must exceed 50 per cent of the total trade.

Bicycle shops

Retail businesses engaged primarily in the selling of bicycles, parts and accessories and the repairing of same. Other lines carried may include baby carriages, children's toy vehicles and some sporting goods, but the selling and repairing of bicycle parts and accessories must exceed 50 per cent of the total trade.

Motorcycle dealers

Retail stores selling mainly motorcycles and motorcycle parts and accessories, motor scooters, Honda bikes, etc. This type of business has gone through great changes in the past two to three years; there has been great acceleration in sales and new outlets. Many trades in the automotive business are now handling these franchises and care will be needed in establishing major activity.

Tobacco stores and stands

Retail stores selling mainly tobacco, cigars and cigarettes and smokers' sundries, or a combination of these items, with newspapers and magazines. In the case of other lines being carried, such as novelties, confectionery, etc., the sale of tobacco items together with newspapers and magazines should constitute more than 50 per cent of the total trade and, **further**, the sales of tobacco items should exceed those of

articles d'optique, mais les recettes provenant de la réparation et de l'entretien de montres et bijoux doivent être supérieures à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Articles de sport

Commerces de détail ayant pour objet principal la vente d'articles de sport en général ou de certains articles spéciaux, tels que les articles pour la gymnastique, pour terrains de jeux, pour la chasse, la pêche, l'équitation, le ski, ou pour divers sports tels que le golf, le hockey, le tennis, le baseball, etc. Vendent également des quantités limitées de jouets, de jeux de salle et de vêtements de sport, et assurent parfois un service de réparation, sans que les recettes provenant de ces travaux puissent dépasser 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Bateaux, moteurs hors-bord, et accessoires

Commerces de vente de détail vendant principalement des bateaux, des bateaux à moteur, des canoës, des moteurs hors-bord, des yachts et accessoires pour bateaux. Comprend également la vente d'essence et d'huile, et peut comporter un service de réparation, mais les recettes provenant de la vente des principaux produits doivent représenter plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Cycles

Commerces de détail assurant principalement la vente de bicyclettes, de pièces de rechange et d'accessoires, ainsi que leur réparation. Peuvent également vendre des voitures d'enfant, des jouets sur roues pour enfants, et quelques articles de sport, mais la vente et la réparation de bicyclettes, pièces et accessoires doit être supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Motocyclettes

Commerces de détail vendant principalement des motocyclettes et leurs pièces et accessoires, des scooters, des cyclomoteurs, etc. Ce type de commerce s'est sensiblement modifié au cours des deux ou trois dernières années; les ventes et les points de vente se sont rapidement multipliés. Bon nombre de marchands de véhicules automobiles ont maintenant des concessions dans ce domaine, et il faut procéder avec beaucoup de soin pour établir quelle est l'activité principale.

Tabac, magasins et kiosques

Commerces de détail vendant principalement du tabac, des cigares, des cigarettes et des articles pour fumeurs, ou plusieurs de ces articles, en même temps que des journaux et des périodiques. Chaque fois que d'autres produits, tels que articles de nouveauté, confiserie, etc., sont offerts à la vente, il faut que la vente de tabac et de ses produits, ainsi que de journaux et de périodiques constitue plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires et qu'**en outre** la vente

newspapers and magazines. (If newspapers and magazines exceed tobacco items sales, store should be classified as a "news dealer".)

Books and stationery stores

Retail stores selling mainly books, stationery, greeting cards and school supplies, newspapers; tobacco items and gifts may be sold as subsidiary lines, but books, stationery, greeting cards and school supplies must, combined, exceed 50% of the total trade for the store to be classified to this category. Stores dealing in bibles and religious books are classified here, as are stores dealing solely in books and paper-back magazines.

News dealers

Retail stores selling primarily newspapers and magazines; additional lines such as tobacco items, stationery and novelties, etc., may be carried, but combined total of newspapers and tobacco items must exceed 50 per cent of total trade with newspapers and magazines exceeding those of tobacco items. If tobacco exceeds newspapers and magazines, store should be classified "Tobacco Stores and Stands". Magazine subscription agencies are included here also.

Florists

Retail stores selling primarily cut flowers, wreaths and plants. Seeds, bulbs and nursery stock may be carried in addition, but should not exceed 50 per cent of the total trade. Nurseries and greenhouses are not included in the census of merchandising.

Gift, novelty and souvenir shops

Retail stores selling primarily combined lines of gifts, novelties, souvenirs, small art goods, pottery, china, linens, silverware, costume jewellery, leather goods, greeting cards, books, etc. Many of these stores cater to tourists and are of a seasonal nature. Others, found in hotels, railway stations, ferry docks, etc., are sometimes confused with tobacco stores and news dealer outlets because of their business name. In this case, a close look at totals of commodities sold must be carried in order to properly classify the business.

Camera and photographic supply stores

Retail stores selling primarily cameras and photographic supplies. As additional lines, photo finishing and picture framing may be carried on.

de produits du tabac dépasse celle des journaux et périodiques. (Si les journaux et périodiques prennent une part plus grande que les produits du tabac, le magasin devra être classé dans la catégorie "commerce de journaux".)

Librairie et papeterie

Commerces de détail vendant principalement des livres, de la papeterie, des cartes de vœux, des fournitures scolaires et des journaux; peuvent également vendre accessoirement des produits du tabac et des cadeaux, mais l'ensemble des ventes de livres, de papeterie, de cartes de vœux et de fournitures scolaires doit être supérieur à 50 p. 100 du chiffre d'affaires pour que l'on puisse classer le magasin dans cette catégorie. Les magasins qui vendent des bibles et des livres religieux sont compris ici, de même que les magasins qui ne vendent que des livres reliés ou brochés.

Journaux et périodiques

Commerces de détail vendant principalement des journaux et des périodiques; on peut également y trouver des produits du tabac, de la papeterie et des articles de nouveauté, etc., mais l'ensemble des ventes de journaux et périodiques et de tabac doit être supérieur à 50 p. 100, avec une prédominance des journaux et périodiques sur le tabac. Quand les ventes de tabac sont supérieures à celles de journaux et périodiques, il y a lieu de classer le magasin dans la catégorie "tabac, magasins et kiosques". Les agences d'abonnement sont également comprises ici.

Fleuristes

Commerces de détail vendant principalement des fleurs coupées, des couronnes et des plantes vertes. On peut également y trouver, en plus, des graines, des bulbes et des plants, sans que la vente de ces articles dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Les pépinières et les serres ne sont pas comprises dans le recensement du commerce.

Cadeaux, nouveautés et souvenirs

Commerces de détail vendant principalement une sélection d'articles pour cadeaux, des nouveautés et des souvenirs, de petits objets d'art, de la poterie, de la porcelaine, de la toile, de l'argenterie, des bijoux de fantaisie, des articles en cuir, des cartes de vœux, des livres, etc. Un bon nombre de ces magasins s'adresse particulièrement à une clientèle de touristes, et comporte un caractère saisonnier. D'autres, situés dans des hôtels, les gares, ou sur les quais de débarquement, peuvent parfois être confondus avec des débits de tabac ou des kiosques à journaux en raison de leur désignation commerciale. Chaque fois que l'on est en présence de magasins de ce genre, il faut déterminer avec soin la part que chaque groupe de produits prend dans le chiffre d'affaires avant de pouvoir le classer dans la catégorie appropriée.

Appareils et fournitures photographiques

Commerces de détail vendant principalement des appareils et fournitures pour la photographie. Peuvent également se charger de travaux de photographie

Photographic studios are often included as a subsidiary operation, but the receipts from the sale of cameras and photographic supplies must exceed 50% of the total trade to be so classified.

Piano and organ stores

Retail stores specializing in the sales of pianos and organs; sheet music and certain other musical accessories may be carried as supplementary lines, but pianos and/or organs must account for 51 per cent of the total sales.

Music stores

Retail stores selling primarily musical instruments of all kinds, including pianos and organs, record players, sheet music, records, instruments such as horns, drums, etc.

Opticians

Retail businesses engaged primarily in selling eyeglasses, lenses, frames and other optical goods. Such businesses often carry opera glasses, binoculars, cameras and photographic supplies, but the receipts from the sale and repairs of eyeglasses, lenses, frames and other optical goods must exceed 50 per cent of the total trade. Professional optometrists in private practice are excluded from retail trades.

Luggage and leather goods stores

Retail stores selling mainly trunks, hand luggage, ladies' handbags, billfolds and other leather goods. Umbrellas, toilet articles, gifts and novelties are often carried in addition, but luggage and leather goods must exceed 50 per cent of the total trade.

Health appliance stores

Retail stores engaged primarily in selling health appliances such as hearing aids, trusses, orthopedic appliances, cyclo-massage chairs, artificial limbs, crutches and other scientific medical or health appliances.

Monument and tombstone dealers

Retail places of business engaged primarily in the sale of **prepared** monuments and tombstones and undertaking inscription work.

Toy and hobby shops

Retail stores engaged primarily in selling hobby items such as model kits and games, toys of all kinds, small wheel goods, etc.

et d'encadrement. Comprennent souvent un atelier de photographie à titre d'activité secondaire, mais il faut que les recettes provenant de la vente d'appareils et de fournitures photographiques soient supérieures à 50 p. 100 pour que l'on puisse classer le magasin dans cette catégorie.

Pianos et orgues

Commerces de détail spécialisés dans la vente de pianos et d'orgues; peuvent également offrir à titre complémentaire des partitions et d'autres accessoires de musique, mais la vente de pianos ou d'orgues doit représenter plus de 51 p. 100 du chiffre d'affaires.

Musique

Commerces de détail vendant principalement des instruments de musique de toute sorte, y compris des pianos et orgues, des tourne-disques, des cahiers de musique, des disques, des instruments tels que cors, batteries, etc.

Optique

Commerces de détail vendant principalement des lunettes, des lentilles, des montures et d'autres articles d'optique. Ce genre de magasin vend souvent des jumelles de théâtre ou de campagne, des appareils photographiques et des fournitures pour la photographie, mais les recettes provenant de la vente et de la réparation de lunettes, de lentilles, de montures et d'autres articles d'optique doivent constituer plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires. Les optométristes professionnels installés à leur compte ne font pas partie du commerce de détail.

Articles de voyage et maroquinerie

Commerce de détail vendant principalement des malles, des valises, des sacs à main pour dames, des portefeuilles et d'autres articles en cuir. On peut souvent y trouver en outre des parapluies, des articles de toilette, des cadeaux et des nouveautés, mais il faut que les articles de voyage et la maroquinerie produisent plus de 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Matériel médico-chirurgical

Commerces de détail vendant principalement des appareils acoustiques, des bandages, des appareils orthopédiques, des exercices à pédales, des membres artificiels, des béquilles et d'autres appareils médico-chirurgicaux.

Pierres tombales et monuments funéraires

Commerces de détail se chargeant principalement de la vente de monuments funéraires **finis** et de l'exécution d'épitaphes.

Jouets et passe-temps

Commerces de détail vendant principalement des articles pour passe-temps, tels que boîtes d'assemblage et jeux, jouets de toute sorte, modèles réduits de véhicules, etc.

Record bars

Retail stores engaged primarily in selling records; other musical items or accessories may be included, but the sale of records must exceed 50 per cent of the total trade.

Pet shops

Retail stores primarily engaged in selling pet animals and pet food supplies.

Religious goods dealers

Retail stores selling mainly sacred ornaments, vestments, altar linens, holy pictures, etc. Bibles or religious book stores are not included in this category, they belong in the classification "Books and Stationery Stores".

Wool shops

Retail stores engaged primarily in selling wool and knitting accessories. Knitted garments may be sold, but must not exceed 50 per cent of the total trade.

Other retail stores

All other retail stores not elsewhere classified. This includes artist supply stores, art galleries, coin and stamp dealers, mobile homes, pawn shops, ice dealers, etc.

Disquaires

Commerces de détail vendant principalement des disques; on peut également y trouver d'autres articles et accessoires de musique, mais la vente de disques doit être supérieure à 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Petits animaux

Commerces de détail vendant principalement de petits animaux de maison et des aliments et fournitures pour ces derniers.

Objets de piété

Commerces de détail vendant principalement des ornements et vêtements cultuels, des nappes d'autel, des images pieuses, etc. Le commerce de bibles et d'ouvrages religieux n'est pas compris ici, mais fait partie de la catégorie "librairie et papeterie".

Laine et lainages

Commerces de détail vendant principalement de la laine et des accessoires pour le tricot. Peuvent également vendre des articles tricotés sans que cela dépasse 50 p. 100 du chiffre d'affaires.

Autres commerces de détail

Tout commerce de détail qui n'entre dans aucune des catégories ci-dessus. Peuvent être compris ici les magasins vendant des fournitures pour artistes, les galeries d'art, les marchands de timbres ou de monnaies de collection, les marchands de caravanes, les prêteurs sur gage, les marchands de glace, etc.

SECTION 3

COPY OF BASIC REPORTING FORM

Forms 01 (English) and 02 (French) were sent to all retail businesses requiring more than one person in their operation. Forms 03 and 04, English and French respectively, were sent to the "one person" stores; these forms were similar to 01 and 02 but with questions 6 (b) merchandise lines and 6 (c) sales by class of customer, excluded. The assumption was made that the small store would sell little or no merchandise at wholesale.

Companies or individuals operating more than one store received form 01 or 02 for their total operation, by province, and a special form on which their individual stores were listed; the items requested were similar to the shorter form 03 or 04. This was a convenience both to firms and to the Bureau — preferable to having an individual questionnaire for each store.

Form	Page
01	
02	

SECTION 3

SPÉCIMEN DU QUESTIONNAIRE DE BASE

Le questionnaire 01 (en anglais) ou 02 (en français) a été envoyé à tous les détaillants dont l'exploitation emploie plus d'une personne. Le questionnaire 03 (en anglais) ou 04 (en français) a été envoyé aux magasins exploités par une seule personne; ce questionnaire ressemblait aux questionnaires 01 et 02, sauf qu'il ne comportait pas les questions 6 b) Genre de marchandises et 6 c) Classement des ventes. On avait admis l'hypothèse que les petits magasins ne vendent que peu d'articles en gros, ou n'en vendent même pas du tout.

Les sociétés ou personnes qui exploitaient plus d'un magasin ont reçu un questionnaire 01 ou 02 pour l'ensemble de leur commerce, par province ainsi qu'un questionnaire spécial comportant la liste de tous leurs points de vente; les questions étaient à peu près les mêmes que celles qui figuraient dans les questionnaires 03 ou 04, sauf que l'on demandait moins de détails. Ce procédé était plus commode, tant pour les sociétés que pour le Bureau, que de faire remplir un questionnaire particulier pour chacun des points de vente.

Questionnaire	Page
01	
02	

RETAIL FORM (01)
CONFIDENTIAL CENSUS REPORT
 Taken in conformity with the statistics
 Act, Government of Canada, which
 provides penalties for non-compliance.

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
OTTAWA - CANADA
CENSUS OF MERCHANDISING AND
SERVICE ESTABLISHMENTS - 1966

ORIGINAL
 One copy should be returned
 to the DOMINION BUREAU OF
 STATISTICS, Ottawa, within
 three weeks of receipt.

INSTRUCTIONS

1. This questionnaire should be completed for the calendar year 1966 or for your business year ending nearest to December 31, 1966.
2. If you did not operate for the full year, complete for that part of the year you were in business. If a change of ownership took place, complete Change of ownership item below.
3. Firms which operated more than one business location during 1966 must submit a separate report for each.
4. Do not report any information regarding concessions leased to others, except under item 9.
5. Omit cents on all dollar value entries; entering "nil" when the question does not apply.

1. DESCRIPTION OF BUSINESS

(a) Name and address of this business

CD	EA
----	----

(Please revise if not correct.)

(b) Form of organization (check (✓) one)

- Individual proprietorship ☐ 1
 Partnership ☐ 2
 Incorporated company ☐ 3
 Co-operative Association ☐ 4
 Other, specify (institutional store, estate, etc.) ☐ 5

(c) Was more than one business outlet operated by this firm? Yes No X-2¹ 1-2¹

If "yes" list the other addresses below.
 This report should cover only the outlet shown under section (a) above.

(d) If more than one business outlet was operated in 1966, what was the head office address.

2. KIND OF BUSINESS

Describe your business by checking (✓) one of the items listed overleaf. Any additional description of your business may be made under "Remarks".

3. WORKING PROPRIETORS OF UNINCORPORATED BUSINESS

How many proprietors were actively engaged in operating this business during 1966? (When husband and wife operate the business jointly, report only one here. The other should be reported under section 4 as an unpaid family worker.) Number

4. FAMILY OR OTHER WORKERS NOT RECEIVING PAY

How many unpaid workers were actively engaged in operating this business during 1966? (Omit proprietors reported in section 3 above.)
 Number engaged in a typical week
 Total hours worked by all unpaid workers in a typical week Number

5. PAID EMPLOYEES AND THEIR PAY

(a) Number of paid employees (excluding persons reported in sections 3 and 4 above) during last week in November Number

(b) Gross Annual Pay - before income tax, unemployment, pension deductions etc. are made include salaries, wages, commissions, bonuses, payments for leave, payment in kind, (estimated value of meals and lodgings provided without charge). Exclude proprietors of unincorporated business \$

6. TOTAL NET SALES AND RECEIPTS

(a) Net sales - Gross sales less returns, cash and trade discounts and allowances; also exclude sales taxes collected by you, but include goods withdrawn for personal use.
 Net sales of merchandise and receipts from repairs and services for the year \$

(b) Merchandise lines - Complete for each line applicable to your business. Estimate where necessary; (report in \$ or % of total net sales, whichever is more convenient to you)

	\$ or %	
1. Food products		1-5 ²
2. Tobacco products		1-6 ²
3. Alcoholic beverages		1-7 ²
4. New motor vehicles		1-8 ²
5. Used motor vehicles		1-9 ²
6. Automotive accessories, parts, tires and batteries		1-10 ²
7. Gasoline and oil (fuel oil under 21)		1-11 ²
8. Men's clothing and furnishings		1-12 ²
9. Women's outer wear (coats, suits, dresses, sports clothing)		1-13 ²
10. Women's under clothing (lingerie, foundation garments, nightwear)		1-14 ²
11. Apparel accessories (hosiery, millinery, neckwear, handbags)		1-15 ²
12. Boys' and girls', children's and infants' wear		1-16 ²
13. Footwear, all kinds		1-17 ²
14. Piece goods, domestics, notions, smallwares		1-18 ²
15. Hardware, housewares, paint, glass and wallpaper		1-19 ²
16. Household furniture		1-20 ²
17. Household appliances		1-21 ²
18. Radios, record players, T.V., pianos, organs, musical instruments		1-22 ²
19. House furnishings (draperies, floor coverings, pictures, mirrors, etc.)		1-23 ²
20. Drugs, drug sundries, toilet articles and preparations		1-24 ²
21. Heating fuel, all kinds		1-25 ²
22. Jewellery, silverware, china		1-26 ²
23. Books, stationery, paper products		1-27 ²
24. Cameras and photographic supplies		1-28 ²
25. Sporting goods, bicycles, boats, toys and games		1-29 ²
26. All other merchandise		1-30 ²
27. Meals and lunches		X-9 ² 1-31 ²
28. Receipts from repairs and services		X-10 ² 1-32 ²
29. Contract work (plumbing, electrical, etc.)		

(c) Classification of Net Sales and Receipts - Report percentage distribution to:

1. Household consumers or individuals for personal use % X-11²
 2. Industrial, commercial, institutional, governmental, farm (for use in farm production) and other large users % X-12²
 3. To retailers or other businesses for resale % X-13²

7. INVENTORY at cost

Inventory of all merchandise for sale, owned by you:

- (a) beginning of the year \$ X-14²
 (b) end of the year \$ X-15²

8. TRADE ACCOUNTS AND NOTES RECEIVABLE

Report the amount of money owing to you by your customers at the end of the year.
 Report total before provision for bad debts \$
 (Exclude trade paper sold to a financial institution.)

9. NON-TRADING INCOME

Non-trading income such as: financial and service charges on credit accounts, space rental from concessions, vending machines, sub-post offices, commissions from selling hunting or fishing licenses, added delivery charges, etc. (do not include investment income) \$

CHANGE OF OWNERSHIP

If you operated this business location for part of the year only, complete for the full year if possible; if not, complete for the time you were in business and give the name and address of the other owner.

Name Address

CERTIFICATE

This is to certify that the information contained in this report is correct and complete, to the best of my knowledge and belief, and covers the period

From 19 To 19

Signature Official title Date

(In order to permit a detailed classification) Please check (✓) the item below which properly describes your business. Check only one item; if this does not adequately describe your business, please use the space under "Remarks".

102 ☐ Bakery products stores

104 ☐ Candy, nut, confectionery stores (over 60%)

106 ☐ Dairy products stores

108 ☐ Egg and poultry stores

110 ☐ Fruit and vegetable stores

112 ☐ Grocery, confectionery and sundries stores (no one line over 60%)

114 ☐ Grocery stores (without fresh meat)

116 ☐ Grocery stores (with fresh meat)

118 ☐ Meat markets

120 ☐ Fish markets

122 ☐ Delicatessen stores

190 ☐ Other food stores (describe under "Remarks")

202 ☐ Department stores
204 ☐ Mail order offices or houses of department stores
208 ☐ General merchandise stores (less than 1/3 food)
210 ☐ General stores (more than 1/3 food)
212 ☐ Variety stores (i.e. 5¢ to \$1.00, etc.)

302 ☐ Motor vehicle dealers (new cars)
302 ☐ Motor vehicle dealers, with farm implements
304 ☐ Used car dealers
306 ☐ Accessories, tire and battery stores
310 ☐ Home and auto supply stores
312 ☐ Service stations
314 ☐ Garages
316 ☐ Paint and body shops
318 ☐ Other specialty repair shops
320 ☐ Car wash establishments
390 ☐ Other automotive businesses (describe under "Remarks").

402 ☐ Men's and boys' clothing stores
404 ☐ Men's and boys' furnishings stores
406 ☐ Men's and boys' hat stores
408 ☐ Women's ready-to-wear stores
410 ☐ Lingerie (undergarments) and hosiery stores
412 ☐ Millinery stores
414 ☐ Furriers and fur stores
416 ☐ Apparel accessories stores
418 ☐ Children's and infants' wear stores
420 ☐ Family clothing and furnishings stores
422 ☐ Men's shoe stores
424 ☐ Women's shoe stores
426 ☐ Children's and infants' shoe stores
428 ☐ Family shoe stores
430 ☐ Custom tailors
432 ☐ Second-hand clothing stores
434 ☐ Piece goods stores
490 ☐ Other apparel stores (describe under "Remarks")

502 ☐ Hardware stores

504 ☐ Paint, glass and wallpaper stores

506 ☐ Furniture stores and funeral directing

506 ☐ Furniture stores

508 ☐ Household appliance stores

516 ☐ T.V. sales and service shops

512 ☐ Furniture, television, radio and appliance stores

514 ☐ T.V. radio, and hi-fi stores

516 ☐ T.V. and radio repair shops

518 ☐ Household appliance repair shops

520 ☐ Electrical supply stores

522 ☐ China, glassware and kitchenware stores

524 ☐ Floor coverings, curtains, upholstery and interior decorator stores

526 ☐ Linen stores

528 ☐ Picture and picture framing stores

530 ☐ Antique shops

532 ☐ Second-hand furniture stores

590 ☐ Other home furnishings stores (describe under "Remarks")

602 ☐ Drug stores (without meals or lunches)
604 ☐ Drug stores (with meals or lunches)
606 ☐ Patent and proprietary medicine stores
608 ☐ Fuel oil dealers
610 ☐ Fuel dealers (other than oil)
690 ☐ Ice dealers
612 ☐ Government liquor stores
614 ☐ Brewers' retail stores or agents
616 ☐ Wine stores
618 ☐ Jewellery stores
620 ☐ Jewellery repair shops
622 ☐ Sporting goods stores
624 ☐ Boats, outboard motors, boating accessories
626 ☐ Bicycle shops
626 ☐ Bicycle repair shops
628 ☐ Motorcycle stores
630 ☐ Tobacco stores and stands
632 ☐ Book and stationery stores
634 ☐ News dealers
636 ☐ Florists
638 ☐ Gift, novelty and souvenir shops
640 ☐ Camera and photographic supply stores
642 ☐ Piano and organ stores
644 ☐ Music stores
646 ☐ Opticians
648 ☐ Luggage and leather goods stores
650 ☐ Health appliance stores
652 ☐ Monument and tombstone dealers
654 ☐ Hobby shops
656 ☐ Record bars
658 ☐ Pet shops
654 ☐ Toy shops
660 ☐ Religious goods dealers
662 ☐ Wool shops
690 ☐ Artists' supply stores
690 ☐ Art galleries
690 ☐ Stamp and coin dealers
690 ☐ Trailers, mobile homes
690 ☐ Other retail stores (describe under "Remarks")

☐ **CONTRACTORS**—if major activity (i.e., painting, electrical, plumbing and heating)

[illegible]

FORMULE (02) - Détail
RAPPORT CONFIDENTIEL DU RECENSEMENT
 Demandé en conformité de la loi sur la
 statistique du gouvernement du Canada,
 laquelle prévoit des sanctions pour
 refus d'exécution.

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE
OTTAWA - CANADA
RECENSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE
COMMERCE ET DE SERVICE - 1966

COPIE POUR VOS DOSSIERS
 Prière de retourner un exemplaire
 dûment rempli au BUREAU FÉDÉRAL
 DE LA STATISTIQUE, Ottawa, dans
 les trois semaines qui suivent la
 réception du présent questionnaire.

1. Le présent questionnaire doit être rempli pour l'année civile 1966 ou pour l'année financière terminée le plus près du 31 décembre 1966.
2. Si vous n'avez pas exploité le commerce durant toute l'année, répondez pour la partie de l'année durant laquelle vous l'avez fait. S'il y a eu changement de propriétaire, répondez à la question changement de propriétaire au bas de la page.

DIRECTIVES

3. Les entreprises qui ont exploité plus d'un local d'affaires en 1966 doivent présenter un rapport distinct pour chacun.
4. Ne donnez aucun renseignement sur les concessions louées à d'autres exploitants, sauf au numéro 9.
5. Omettez les cents des inscriptions à faire en dollars; inscrivez "néant" en réponse aux questions qui ne s'appliquent pas.

1. DESCRIPTION DU COMMERCE

a) Nom et adresse de ce commerce.

(Prière de corriger s'il y a lieu.)

D. R.	A. E.
-------	-------

b) Forme d'organisation (✓ Pointer)

- Particulier ☐ 1
 Associés ☐ 2
 Société constituée (corporation) ☐ 3
 Coopérative ☐ 4
 Autre (préciser s'il s'agit d'un magasin d'institution, d'une succession, etc.) ☐ 5

c) Cette maison a-t-elle exploité plus oui non
 d'un local d'affaires? ☐ ☐

Si "oui", énumérez les autres adresses ci-dessous.
 Le présent rapport ne doit porter que sur l'établissement décrit en 1 a) ci-dessus.

d) Si la maison a exploité plus d'un local d'affaires en 1966, quelle était l'adresse du siège social?

2. GENRE DE COMMERCE

Décrivez votre commerce en pointant (✓) l'un des articles énumérés au verso. Toute description supplémentaire de votre entreprise doit être inscrite sous "REMARQUES".

3. PROPRIÉTAIRES ACTIFS DE COMMERCE INDIVIDUELS

Combien de propriétaires ont effectivement participé à l'exploitation de cette entreprise en 1966? (Si l'époux et l'épouse exploitent conjointement le commerce, ne déclarez qu'un des deux ici. Il faut déclarer l'autre à l'article 4, à titre d'aide familial non rémunéré) Nombre

4. AIDES FAMILIAUX OU AUTRES NON RÉMUNÉRÉS

Combien d'aides non rémunérés ont effectivement participé à l'exploitation de cette entreprise en 1966? (Omettre les propriétaires actifs déclarés à l'article 3 ci-dessus)

Nombre durant une semaine ordinaire
 Nombre d'heures de travail fournies par tout les aides non rémunérés durant une semaine ordinaire. Nombre

5. EMPLOYÉS RÉMUNÉRÉS ET LEUR PAIE

a) Nombre d'employés rémunérés (sans les personnes déclarées aux articles 3 et 4 ci-dessus) durant la dernière semaine de novembre Nombre

b) Paie annuelle brute - Avant impôt sur le revenu, assurance-chômage, contributions à une caisse de pension, etc. Inclure les salaires, traitements, commissions, bonis, paiements pour congés et paiements en nature (estimer la valeur des repas et du logement fournis gratuitement). Exclure les propriétaires d'entreprises non constituées \$

6. RECETTES ET VENTES NETTES

a) Ventes nettes - Ventes brutes moins les reprises, les escomptes commerciaux ou au comptant et les allocations; exclure aussi les taxes de vente que vous avez perçues mais inclure les marchandises retirées pour usage personnel.

Ventes nettes de marchandises et recettes provenant de réparations et de services durant l'année \$

b) Genres de marchandises - Faites une inscription à chaque ligne applicable à votre commerce. Estimez au besoin; répondez en dollars ou en pourcentage des ventes nettes totales, selon ce qui est plus commode)

	\$ ou %	
1. Produits alimentaires		1-5 ²
2. Produits du tabac		1-6 ²
3. Boissons alcooliques		1-7 ²
4. Automobiles neuves		1-8 ²
5. Automobiles d'occasion		1-9 ²
6. Accessoires, pièces, pneus et batteries d'automobiles		1-10 ²
7. Essence et huile (mazout sous 21)		1-11 ²
8. Vêtements et confections pour hommes		1-12 ²
9. Vêtements pour femmes (manteaux, costumes, robes, vêtements de sport)		1-13 ²
10. Sous-vêtements pour femmes (lingerie, corseterie, vêtements de nuit)		1-14 ²
11. Accessoires vestimentaires (bas, chapeaux, foulards, sacs à main)		1-15 ²
12. Vêtements pour garçons, filles, enfants et bébés		1-16 ²
13. Chaussures de toutes sortes		1-17 ²
14. Tissus aux pièces, linge de maison, mercerie, menus articles		1-18 ²
15. Quincaillerie, articles ménagers, peintures, vitre et papier-tenture		1-19 ²
16. Meubles		1-20 ²
17. Appareils ménagers		1-21 ²
18. Radios, tourne-disques, téléviseurs, pianos, orgues, instruments de musique		1-22 ²
19. Articles d'ameublement (rideaux, couvre-parquet, tableaux, miroirs, etc.)		1-23 ²
20. Médicaments, articles de pharmacie, articles et préparations pour la toilette		1-24 ²
21. Combustibles de toutes sortes		1-25 ²
22. Bijouterie, argenterie, faïence		1-26 ²
23. Livres, papeterie, articles en papier		1-27 ²
24. Appareils et fournitures photographiques		1-28 ²
25. Articles de sport, bicyclettes, bateaux, jouets et jeux		1-29 ²
26. Toutes autres marchandises		1-30 ²
27. Repas et casse-croûtes		X-9 ² 1-31 ²
28. Recettes provenant de réparations et de services		X-10 ² 1-32 ²
29. Travaux contractuels (plomberie, électricité, etc.)		

c) Classement des ventes et des recettes. Donnez la répartition procentuelle des ventes aux:

1. Consommateurs ménagers ou particuliers pour usage personnel % X-11²
2. Usagers industriels, commerciaux, institutionnels, gouvernementaux, agricoles (aux fins de l'exploitation agricole) et autres usagers importants % X-12²
3. Détaillants ou autres commerçants, pour la revente % X-13²

7. STOCKS

Valeur au prix coûtant de toutes les marchandises à vendre en votre possession:

- a) au début de l'année \$ X-14²
- b) à la fin de l'année \$ X-15²

8. COMPTES ET BILLETS À RECEVOIR

Déclarez la somme que vous devez vos clients à la fin de l'année.

Donnez le total y compris la réserve pour mauvaises créances \$

(Exclure les contrats vendus à des maisons de financement)

9. REVENU EXTRA COMMERCIAL

Revenu extra commercial, tel que frais de financement et d'administration des comptes de crédit, location de locaux à des concessionnaires, distributeurs automatiques, bureau de poste auxiliaire, commissions sur la vente de permis de chasse ou de pêche, frais supplémentaires de livraison, etc. (mais non le revenu de placements) \$

CHANGEMENT DE PROPRIÉTAIRE

Si vous n'avez exploité ce local d'affaires que durant une partie de l'année, répondez au questionnaire pour toute l'année si possible; sinon, répondez seulement pour la durée de votre exploitation et donnez le nom et l'adresse de l'autre propriétaire.

Nom Adresse

ATTESTATION

Je déclare que les renseignements donnés dans le présent rapport sont de bonne foi et, autant que je sache, complets et exacts et qu'ils portent sur la période s'étendant:

du jusqu'au 19

Signature Titre officiel Date

SECTION 4

SUMMARY TABULAR DATA

Retail trade in Canada, 1966.—The main tabulations of retail trade provide store statistics, i.e., the total activity of all known and recognized retail stores. In addition to these totals, there are other avenues of retail trade which are construed as expenditure on merchandise by the household consumer or individual for personal use. These include such fields as sales by manufacturers directly to the household consumer, whether by mail or door-to-door salesmen. This direct selling is not confined to manufacturers and includes book clubs and record clubs, etc. Included also are retail sales of wholesalers and service businesses, the sale of goods through automatic vending machines not operated by the retailer and the sale to the householder of paint, electrical supplies, heating equipment, etc., by contractors whose major activity is not retailing as such and who are not included in the main tabulations as recognized retail stores. Some areas of retailing are not measured, such as sales between individuals mainly through the medium of classified advertisements, sales to persons of merchandise by transportation companies, institutions, etc. The summary of retail store business for 1966, shown below, is followed by a summary of retail trade activity, 1966 by major source. The 1966 census did not include any enquiry to contractors as did 1961. Their over-the-counter sales to household consumers are not available nor is a figure on retail sales of wholesalers. Campus bookstores were not included in the retail store tabulations and are shown as a separate item in Table 2.

SECTION 4

TABLEAUX RÉCAPITULATIFS

Commerce de détail au Canada, 1966.—Les principaux tableaux du commerce de détail fournissent la statistique des magasins, c'est-à-dire l'ensemble des activités de tous les points de vente au détail connus et reconnus comme tels. Outre ces totaux, il existe d'autres branches de la vente au détail qui bénéficient des dépenses en marchandises des consommateurs ménagers ou des particuliers pour leur usage personnel. Cela comprend des domaines tels que la vente directe du fabricant au consommateur, en porte-à-porte ou par correspondance. Les manufacturiers ne sont pas les seuls à pratiquer ce genre de vente directe: les cercles du livre, les cercles du disque, etc., la pratiquent également. Cela comprend en outre la vente au détail assurée par les grossistes et les prestataires de services, la vente par distributeurs automatiques autres que ceux qui sont exploités par le détaillant lui-même, ainsi que la vente aux ménages de peinture, de fournitures électriques, de matériel de chauffage, etc. par des entrepreneurs dont la vente au détail ne constitue pas l'activité principale, et qui ne sont donc pas inclus dans les principaux tableaux à titre de détaillants reconnus. Certains secteurs de la vente au détail n'ont pas été chiffrés, comme par exemple les ventes de particulier à particulier, principalement par l'intermédiaire de petites annonces, les ventes à des particuliers effectuées par des sociétés de transport, des institutions, etc. Le tableau récapitulatif de l'activité des magasins de détail en 1966 que l'on trouvera ci-dessous est suivi d'un tableau récapitulatif de l'activité de vente au détail en 1966 par ses principales sources. En 1966, le recensement ne s'adressait pas aux entrepreneurs, contrairement à 1961. Le montant des ventes au comptant faites par ces derniers à des consommateurs ménagers n'est pas disponible, pas plus que les chiffres concernant la vente au détail des grossistes. On n'a pas inclus les librairies universitaires dans le tableau des magasins de vente au détail, mais on les trouvera à une ligne distincte du tableau 2.

TABLE 1. Retail stores in Canada and the provinces, 1966

TABLEAU 1. Magasins de détail au Canada et dans les provinces, 1966

Province	Number of stores — Nombre de magasins	Total net sales — Total net des ventes	Inventory at year-end — Stocks en fin d'année	Payroll for year — Rémunération pour l'année
			\$'000	
Canada	153, 620	22, 686, 418	2, 817, 037	2, 150, 719
Newfoundland — Terre-Neuve	4, 779	405, 607	59, 755	34, 067
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard	906	107, 641	13, 463	8, 420
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	6, 388	752, 988	92, 366	66, 536
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	5, 123	594, 806	71, 710	52, 409
Québec	46, 980	5, 882, 110	733, 917	522, 560
Ontario	51, 119	8, 625, 423	994, 901	825, 498
Manitoba	6, 497	1, 006, 479	129, 503	98, 818
Saskatchewan	7, 464	1, 046, 646	157, 477	87, 535
Alberta	10, 182	1, 758, 076	241, 575	178, 192
British Columbia — Colombie-Britannique	13, 948	2, 462, 828	312, 156	272, 234
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest	234	43, 808	10, 209	4, 445

TABLE 2. Total known retail trade in Canada, 1966
TABLEAU 2. Total du commerce de détail connu, au Canada, 1966

Type of business — Genre de commerce	Total sales — Total des ventes
	\$'000
Retail sales of — Ventes au détail des:	
Retail establishments (total sales less wholesale sales, meals and lunches and receipts from repairs and service) — Établissements de détail (les ventes totales moins les repas et lunches et les recettes provenant de la réparation et des services)	21, 080, 154
Service establishments — Établissements de service	240, 064
Wholesale establishments — Établissements de gros	¹
Manufacturing establishments — Établissements manufacturiers:	
Bakeries — Boulangeries:	
Door-to-door — Porte en porte	67, 269
Store — Magasin	76, 176
Dairies (door-to-door) — Laiteries (porte en porte)	177, 937
Printing (house delivery and mail) — Imprimerie (livraison à domicile et par la poste).....	103, 743
Campus bookstores — Librairies universitaires	19, 712
Vending machine operators — Exploitants de distributeurs automatiques	107, 540
Direct sellers (not included in manufacturers, above) — Vendeurs pratiquant la vente directe non compris dans les manufacturiers, ci-dessus)	268, 140
Contractors (over-the-counter sales to householders) — Entrepreneurs (ventes directes aux particuliers)	¹

¹ Not available — Non disponible.

Retail locations and retail establishments. —

For purposes of statistical analysis, retail trade statistics were collected in two forms for the first time in the 1961 Census of Merchandising and Service Establishments and continued for 1966: location statistics and establishment statistics. For this purpose, retail locations are recognized retail stores for each of which the principal statistical items of net sales, year-end inventory, employment and payroll were collected. A retail establishment, on the other hand, is an **accounting entity** of which the major activity is retailing and for which additional items of data were also collected. To illustrate, a hardware business may have six retail stores and one wholesale place of business. The six retail stores would be included in retail location statistics which cover principal statistics as mentioned above, and the wholesale location in wholesale location statistics. Any request for operating expenses or other financial statement data would likely be available only for the entire enterprise or accounting entity. In this case and for these statistics, the establishment would be classified to its major activity which could be either retail or wholesale. If it were largely

Locaux d'affaires et établissements de détail. —

Pour fins d'analyses statistiques, des données sur le commerce de détail ont été recueillies sous deux formes, pour la première fois au recensement des établissements de commerce et de service, 1961 et on a procédé de la même façon en 1966: données concernant les locaux d'affaires et données concernant les établissements de détail. A cette fin, les locaux d'affaires sont les magasins de détail reconnus comme tels et, pour chacun d'entre eux, on a réuni les statistiques principales: ventes nettes, stocks de fin d'année, emploi, et rémunérations. D'autre part, l'établissement de commerce de détail est l'**entité comptable** dont la principale activité est la vente au détail et pour laquelle des éléments supplémentaires de statistiques ont aussi été recueillis. Par exemple, une entreprise de quincaillerie peut comprendre six magasins de détail et un magasin de gros. Les six magasins de détail seraient alors compris dans la statistique des locaux d'affaires qui couvre les principales données mentionnées ci-dessus, tandis que le magasin de gros serait compris dans la statistique des entreprises de gros. Toute demande relative aux dépenses d'exploitation ou toute autre donnée financière serait naturellement disponible seulement pour l'entreprise globale ou pour l'entité comptable. Dans

wholesale, then the six retail stores would be included in the summary or establishment report and lost to retail establishment statistics (although included in retail location statistics). The following table shows the difference between retail location and retail establishment statistics. The number of establishments is less than the number of locations since most multiple firms are recorded as one establishment but have more than one location.

ce cas et pour ces statistiques, l'établissement serait classé selon sa principale activité, qui pourrait être la vente au détail ou la vente au gros. Si cette activité était surtout la vente au gros, les six magasins de détail seraient alors compris dans le résumé ou le rapport de l'établissement et ne seraient pas inclus dans les statistiques des établissements de détail (bien que compris dans les statistiques relatives aux locaux d'affaires). Le tableau suivant nous montre la différence qui existe entre les statistiques concernant les locaux d'affaires des magasins de détail et les statistiques relatives aux établissements de détail. Le nombre d'établissements est moins élevé que le nombre des locaux d'affaires, puisque la plupart des entreprises à magasins multiples sont enregistrées comme établissements uniques mais ils comptent plus d'un local chacun.

TABLE 3. Retail locations and retail establishments compared, Canada, 1966

TABLERAU 3. Comparaisons entre les locaux d'affaires et les établissements de détail, Canada, 1966

Business group — Catégorie de commerce	Retail locations — Locaux d'affaires		Retail establishments — Établissements de détail	
	Number of stores — Nombre de magasins	Sales — Ventes	Number of establishments — Nombre d'établissements	Sales — Ventes
		\$'000		\$'000
All groups — Total — Toutes catégories	153,620	22,686,418	135,833	22,872,503
Food — Aliments	46,220	5,905,358	40,598	5,840,264
General merchandise — Marchandises en général	9,231	3,626,300	6,851	3,679,512
Automotive — Automobiles	36,262	6,943,448	35,139	6,956,550
Apparel and accessories — Appareils et accessoires	19,816	1,625,415	16,485	1,656,013
Hardware and home furnishings — Quincaillerie et fournitures de maison	15,921	1,480,774	14,542	1,440,735
Other retail — Autres	26,170	3,105,121	22,218	3,299,426

Independent and chain stores compared

Chain stores are defined as the operation of four or more retail outlets in the same kind of business and under the same legal ownership. Certain trades, such as variety stores, have a large "chain" component while motor vehicle dealers are largely independent or single business operation. The following table shows the changing structure of selected trades based on this independent — chain definition.

Comparaison entre les magasins indépendants et les magasins à succursales

On définit comme magasin à succursales toute exploitation de quatre points de vente au détail ou plus dans un même domaine de produits par les mêmes propriétaires de droit. Dans certains domaines, comme celui des bazars la part des chaînes de magasins est importante, alors que le commerce de l'automobile comporte surtout des marchands indépendants ou n'ayant qu'un seul local d'affaires. Le tableau suivant indique les variations dans la composition de certains commerces à partir de la présente définition des magasins indépendants et des magasins à succursales.

TABLE 4. Independent and chain store sales, selected trades, Canada, 1930 - 1966
TABLEAU 4. Ventes des magasins indépendants et des magasins à succursales pour certains commerces, Canada, 1930 - 1966

Kind of business and year — Genre de commerce et année		Retail sales — Ventes au détail				
		Total, all stores — Total, tous les magasins	Independent ¹ stores — Magasins indépendants ¹		Chain stores — Magasins en série	
			Amount — Chiffre	P.c. of total — % du total	Amount — Chiffre	P.c. of total — % du total
			\$'000		\$'000	
Combination stores — Épiceries-boucheries.	1930	161,704.1	107,996.4	66.8	53,707.7	33.2
	1941	301,351.0	168,140.4	55.8	133,210.6	44.2
	1951	1,276,804.4	710,360.1	55.6	566,444.3	44.4
	1961	2,915,241.3	1,217,867.9	41.8	1,697,373.4	58.2
	1966	4,438,628.7	2,072,696.2	46.7	2,365,932.5	53.3
Variety stores — Bazars	1930	44,212.2	2,830.7	6.4	41,381.5	93.6
	1941	85,177.0	11,180.2	13.1	73,996.8	86.9
	1951	195,624.1	31,149.3	15.9	164,474.8	84.1
	1961	373,878.7	61,082.3	16.3	312,796.4	83.7
	1966	494,202.4	65,662.5	13.3	428,539.9	86.7
Men's and boys' clothing stores — Vêtements pour hommes et garçons.	1930	70,623.9	60,534.5	85.7	10,089.4	14.3
	1941	79,873.3	70,167.6	87.8	9,705.7	12.2
	1951	162,764.8	137,696.0	84.6	25,068.8	15.4
	1961	222,811.2	195,289.6	87.6	27,521.6	12.4
	1966	285,951.4	254,663.8	89.1	31,287.6	10.9
Women's ready-to-wear stores — Confection pour femmes.	1930	49,362.8	41,542.6	84.2	7,820.2	15.8
	1941	97,522.1	84,622.7	86.8	12,899.4	13.2
	1951	158,120.3	137,387.7	86.8	20,732.6	13.2
	1961	295,555.2	201,390.2	68.1	94,165.0	31.9
	1966	386,946.2	294,029.5	76.0	92,916.7	24.0
Family clothing and furnishings stores — Vêtements et merceries pour la famille.	1930	42,144.1	²	²	²	²
	1941	73,778.9	60,121.3	81.5	13,657.6	18.5
	1951	192,962.3	151,290.0	78.4	41,672.3	21.6
	1961	250,941.8	194,853.8	77.6	56,088.0	22.4
	1966	398,000.6	254,664.8	66.3	134,335.8	33.7
Shoe stores — Chaussures	1930	35,908.0	28,333.4	78.9	7,574.6	21.1
	1941	44,037.3	27,639.4	62.8	16,397.9	37.2
	1951	110,661.0	72,338.3	65.4	38,322.7	34.6
	1961	195,179.5	113,047.5	57.9	82,132.0	42.1
	1966	251,970.6	138,657.0	55.0	113,313.6	45.0
Furniture stores — Meubles	1930	36,119.6	²	²	²	²
	1941	64,057.0	48,895.6	76.3	15,161.4	23.7
	1951	136,725.8	103,892.8	75.9	32,833.0	24.1
	1961	242,429.7	207,287.5	85.5	35,142.2	14.5
	1966	370,883.5	309,142.6	83.4	61,740.9	16.6
Household appliance stores — Appareils ménagers.	1930	17,798.2	²	²	²	²
	1941	45,894.6	27,285.4	59.5	18,609.2	40.5
	1951	131,234.3	99,325.5	75.6	31,908.8	24.4
	1961	145,696.1	111,624.0	76.6	34,072.1	23.4
	1966	116,487.5	85,359.2	73.3	31,128.3	26.7
Drug stores — Pharmacies	1930	76,848.9	62,575.3	81.4	14,273.6	18.6
	1941	101,027.4	82,282.5	81.4	18,744.9	18.6
	1951	248,448.8	217,181.9	87.4	31,266.9	12.6
	1961	467,281.1	411,426.6	88.0	55,854.5	12.0
	1966	648,222.7	562,565.9	86.8	85,656.8	13.2

¹ Includes "voluntary" group stores and two- and three-store multiples. — Comprend les magasins en chaîne "volontaire" et les magasins à deux ou trois succursales.

² Not available. — Non disponible.

Statistics Canada Library
Bibliothèque Statistique Canada



1010019768

statistics comprise the accounting entity based on its major activity. For example, a firm operating a wholesale and a retail hardware business from two separate locations would be classified in its entirety as a wholesale hardware establishment if the wholesale operations predominated; for location statistics, however, the retail store would be classed as and included with retail trade, the wholesale location with wholesale trade. A business location may be within the scope of the census, but the establishment of which the location is a part may not be within scope.

Outline maps of counties and subdivisions of each province and of metropolitan and major urban areas may be obtained by ordering Census Bulletin 1-16, Catalogue No. 92-616. Maps showing census tracts of metropolitan areas are included in the Census Tract Series.

Kind-of-business descriptions, copies of the questionnaires used and some detail of census procedures, as well as an analysis of results, will be included in Census Bulletin 6-1, Catalogue No. 97-601. See outside back cover for a list of the 1966 Bulletins of the Census of Merchandising and Service Trades.

This bulletin comprises retail locations only. Any changes that may affect comparability with 1961 retail trade statistics, have been noted in the "Classification changes". For changes in certain metropolitan and major urban areas, reference should be made to Census Bulletin 1-16, Catalogue No. 92-616.

propre catégorie; tandis que la statistique des établissements tient compte du siège de la comptabilité et le classe suivant l'activité principale. Ainsi, par exemple, une firme qui exploite un site de quincaillerie en gros à tel endroit et un commerce de quincaillerie en détail ailleurs est classée comme établissement de quincaillerie en gros si le commerce de gros prédomine; au point de vue, toutefois, des locaux d'affaires, le magasin de détail est classé comme commerce de détail et compris dans cette catégorie, le magasin de gros étant classé dans la catégorie des commerces de gros. Un local d'affaires peut être compris dans le cadre du recensement, sans que l'établissement dont il dépend y soit nécessairement.

On peut se procurer des cartes de contours des comtés et subdivisions de chaque province ainsi que des zones métropolitaines et grandes agglomérations urbaines en commandant le bulletin de recensement 1-16, numéro de catalogue 92-616. Les cartes indiquant les secteurs de recensement des zones métropolitaines sont comprises dans les rapports de la Série des secteurs de recensement.

Dans le bulletin de recensement 6-1, numéro de catalogue 97-601, on trouvera la description des genres de commerces, des reproductions des questionnaires utilisés et certains détails relatifs aux méthodes de recensement, ainsi qu'une analyse des résultats. La liste des bulletins de 1966 du recensement des entreprises de commerce et de service se trouve à l'extérieur de la couverture arrière.

Ce bulletin ne traite que les locaux d'affaires au détail. Les modifications dont il faut tenir compte lors de toute comparaison avec la statistique du commerce de détail de 1961 ont déjà été signalées sous la rubrique "Modifications apportées au classement". Pour ce qui est des modifications de certaines zones métropolitaines et grandes agglomérations urbaines, on consultera utilement le bulletin de recensement 1-16, numéro de catalogue 92-616.

SYMBOLS

- figures withheld to avoid disclosure of individual operations.
- nil or zero.

SIGNES CONVENTIONNELS

- chiffres retenus afin de ne pas révéler les entreprises individuelles.
- néant ou zéro.

REPORTS OF THE CENSUS OF CANADA, 1966

This report is one of a series comprising Volume VI of the 1966 Census. Reports in these series are so prepared that, by removal of the covers, the contents can be combined to form the materials of each census volume. A hard-covered binder, suitably titled, is supplied to purchasers of the complete set of reports for any given volume.

Individual reports of Volume VI are listed below. They can be ordered singly by catalogue number, or the complete set including the cover binder at a composite price of \$8. Orders may be sent to **Publications Distribution, Dominion Bureau of Statistics**, or to **Superintendent of Publications, Department of Public Printing and Stationery, Ottawa**. Regulations require that remittance be made prior to the mailing of reports, in the form of a cheque or money order payable to the **Receiver General of Canada**. Orders for reports not yet released will be filled as soon as they become available.

A brochure is available listing the individual bulletins of the 1966 Census of Merchandising and Services. For a copy of this brochure, or for further information on census publications, address your inquiry to the **Information and Public Relations Division, Dominion Bureau of Statistics**. Census of Canada reports on population and agriculture contained in Catalogue Nos. 92-601 to 99-604 may be obtained from the same source.

Volume VI—Retail Trade

97-601 Introduction and General Review.—Description of the census, definitions of terms used, analysis of results and samples of questionnaires, etc. (72 pp., \$1)

Location Statistics

97-602 Provinces and Cities by Kind of Business.—Limited comparisons with the 1961 Census (136 pp., \$1.50)

97-603 Counties or Census Divisions, Cities and Towns.—Principal statistics, counties by selected trades, etc. (188 pp., \$1.50)

97-604 Metropolitan Areas by Census Tracts.—Number of stores and sales by kind-of-business group, census tract maps (60 pp., 75c.)

97-605 Size of Business.—By annual sales, by employment and by number under same ownership (190 pp., \$2)

97-606 Miscellaneous Data.—Form of organization, service receipts of retailers, sales of meals and lunches (28 pp., 50c.)

Establishment Statistics

97-607 General Statistics.—Canada and the provinces, by kind of business, including non-trading revenue, accounts receivable, sales by class of customer (58 pp., 75c.)

97-608 Analysis of Sales by Commodity.—Percentage distribution of sales by commodity, by trades and distribution of sales of commodity lines by kind of business, Canada and the provinces (60 pp., 75c.)

Advance Reports

97-611 Retail Trade by Kind of Business.—Principal statistics by kind of business, Canada and the provinces (24 pp., 50c.)

97-612 Retail Trade by County or Census Division and Incorporated Places of 10,000 Population and Over.—Number of stores, sales and payroll by counties or census divisions and principal cities (4 pp., 25c.)

RAPPORTS DU RECENSEMENT DU CANADA, 1966

Le présent rapport fait partie d'une série qui constitue le volume VI du recensement de 1966. Les rapports se présentent de telle sorte qu'en enlevant les couvertures l'utilisateur peut les réunir et ainsi constituer la matière de chaque volume du recensement. Un auto-relieur à couverture rigide et portant le titre approprié sera fourni à ceux qui achèteront la série complète des rapports devant constituer un volume.

Ci-dessous paraît la liste des rapports contenus dans le volume VI. On peut se les procurer individuellement à l'aide du numéro de catalogue, ou bien commander la série complète avec auto-relieur moyennant un prix global de \$8. On peut adresser sa commande à **Distribution des publications, Bureau fédéral de la statistique**, ou au **Surintendant des publications, Département des impressions et de la papeterie publiques, Ottawa**. En vertu des règlements, les rapports ne seront envoyés que sur réception de la remise nécessaire sous forme de chèque ou mandat établi au nom du **Receveur général du Canada**. Les commandes de rapports non encore publiés seront exécutées aussitôt que les rapports paraîtront.

On peut se procurer une brochure qui énumère les différents bulletins du recensement de 1966 des entreprises de commerce et de service. Pour en obtenir un exemplaire ou pour tout autre renseignement au sujet des publications du recensement, prière de s'adresser à la **Division de l'information et des relations extérieures, Bureau fédéral de la statistique**, qui vous fournira également des rapports sur la population et l'agriculture, numéros de catalogue 92-601 à 99-604.

Volume VI—Commerce de détail

97-601 Introduction et revue générale.—Description du recensement, définitions des termes utilisés, analyse des résultats et spécimens de questionnaires, etc. (72 p., \$1)

Statistique des locaux d'affaires

97-602 Provinces et cités, par genre de commerce.—Quelques comparaisons avec le recensement de 1961 (136 p., \$1.50)

97-603 Comtés ou divisions de recensement, cités et villes.—Statistique principale, répartition des comtés selon certains commerces, etc. (188 p., \$1.50)

97-604 Zones métropolitaines par secteur de recensement.—Magasins et ventes par groupe de commerces selon le genre, cartes géographiques des secteurs de recensement (60 p., 75c.)

97-605 Taille du commerce.—Selon les ventes annuelles, le nombre d'employés et le nombre d'établissements appartenant au même propriétaire (190 p., \$2)

97-606 Données diverses.—Forme d'organisation, recettes des services des magasins de détail, ventes de repas et de goûters (28 p., 50c.)

Statistique des établissements

97-607 Statistique générale.—Canada et provinces, selon le genre de commerce, y compris le revenu non commercial, les comptes à recevoir, les ventes selon la catégorie de clients (58 p., 75c.)

97-608 Analyse des ventes par produit.—Répartition procentuelle des ventes par produit, par commerce et répartition des ventes de marchandises suivant le genre de commerce, Canada et provinces (60 p., 75c.)

Rapports anticipés

97-611 Commerce de détail suivant le genre.—Statistique principale suivant le genre de commerce, Canada et provinces (24 p., 50c.)

97-612 Commerce de détail par comté ou division de recensement et par localité constituée de 10,000 habitants et plus.—Nombre de magasins, ventes et rémunération par comté ou division de recensement et villes principales (4 p., 25c.)